

PRIMER SEMESTRE. 2014

PANORAMA SOCIAL



COMIDA Y ALIMENTACIÓN: HÁBITOS, DERECHOS Y SALUD



Patrones alimentarios de los españoles
Comer en familia y cocinar en el hogar
Ciudadanía y seguridad alimentaria
El seguimiento de la dieta mediterránea
Nutrición y salud

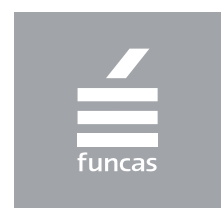
COLABORAN:

Luis Álvarez Munárriz, Katty Cascante, Itandehui Castro-Quezada,
Cecilia Díaz Méndez, Isabel García Espejo, Cristóbal Gómez-Benito,
Mabel Gracia Arnaiz, Rodolfo Gutiérrez, Paloma Herrera,
Carmen Lozano, Emilio Luque, Marta Moreno, Amparo Novo,
Ana Ramírez de Molina, Guillermo Reglero,
Cristina Ruano-Rodríguez, Lluís Serra-Majem

PRIMER SEMESTRE. 2014

PANORAMA SOCIAL 19

COMIDA Y ALIMENTACIÓN:
HÁBITOS, DERECHOS
Y SALUD





PATRONATO

ISIDRO FAINÉ CASAS (*Presidente*)
JOSÉ MARIA MÉNDEZ ÁLVAREZ-CEDRÓN (*Vicepresidente*)
FERNANDO CONLLEDO LANTERO (*Secretario*)
MARIO FERNÁNDEZ PELAZ
AMADO FRANCO LAHOZ
MANUEL MENÉNDEZ MENÉNDEZ
PEDRO ANTONIO MERINO GARCÍA
ANTONIO PULIDO GUTIÉRREZ
VICTORIO VALLE SÁNCHEZ

PANORAMA SOCIAL

Número 19. Primer semestre. 2014

CONSEJO DE REDACCIÓN

CARLOS OCAÑA PÉREZ DE TUDELA (*Director*)
ELISA CHULIÁ RODRIGO (*Editora*)
VÍCTOR PÉREZ-DÍAZ
ANTONIO JESÚS ROMERO MORA
VICTORIO VALLE SÁNCHEZ

PEDIDOS E INFORMACIÓN

FUNDACIÓN DE LAS CAJAS DE AHORROS
Caballero de Gracia, 28, 28013 Madrid.
Teléfono: 91 596 54 81
Fax: 91 596 57 96
Correo electrónico: publica@funcas.es

Printed in Spain

Edita: FUNDACIÓN DE LAS CAJAS DE AHORROS (Funcas)
Caballero de Gracia, 28, 28013 Madrid.

© FUNDACIÓN DE LAS CAJAS DE AHORROS. Todos los derechos reservados.
Queda prohibida la reproducción total o parcial de esta publicación,
así como la edición de su contenido por medio de cualquier proceso
reprográfico o fónico, electrónico o mecánico, especialmente imprenta,
fotocopia, microfilm, *offset* o mimeógrafo, sin la previa autorización
escrita del editor.

ISSN: 1699-6852

Depósito legal: M-23-401-2005

Maquetación: FUNDACIÓN DE LAS CAJAS DE AHORROS (FUNCAS)

Imprime: CECABANK

Las colaboraciones en esta revista reflejan exclusivamente la opinión
de sus autores, y en modo alguno son suscritas o rechazadas por la
FUNDACIÓN DE LAS CAJAS DE AHORROS.

Índice

5 | PRESENTACIÓN

9 | Patrones alimentarios de los españoles: continuidad y cambio de la comida familiar

CECILIA DÍAZ MÉNDEZ Y RODOLFO GUTIÉRREZ PALACIOS

25 | Alimentación, trabajo y género. De cocinas, cocineras y otras tareas domésticas

MABEL GRACIA ARNAIZ

37 | La dieta mediterránea: claves y evolución en España

LLUÍS SERRA-MAJEM, ITANDEHUI CASTRO-QUEZADA Y CRISTINA RUANO-RODRÍGUEZ

49 | Comer por los ojos: la publicidad alimentaria y sus riesgos

MARTA MORENO Y EMILIO LUQUE

63 | La obesidad, enfermedad del desarrollo

PALOMA HERRERA RACIONERO

77 | ¿Consumidores o ciudadanos? Reflexiones sobre el concepto de ciudadanía alimentaria

CRISTÓBAL GÓMEZ-BENITO Y CARMEN LOZANO

91 | Actitud y confianza de los españoles ante la alimentación

ISABEL GARCÍA ESPEJO Y AMPARO NOVO VÁZQUEZ

107 | La crisis mundial de alimentos: un problema estratégico de la política internacional con perdedores y ganadores

KATTYA CASCANTE

115 | Hábitos alimentarios saludables: el reto de una dieta personalizada

LUIS ÁLVAREZ MUNÁRRIZ

127 | Nutrición, salud y enfermedad. Estrategias nutricionales ante el cáncer

ANA RAMÍREZ DE MOLINA Y GUILLERMO REGLERO

Presentación

En todas las culturas y en todas las etapas de la historia, comer y alimentarse han constituido hechos sociales fundamentales. En efecto, la satisfacción de esas necesidades fisiológicas se organiza y pauta socialmente en función de múltiples factores específicos de diverso orden (geográfico, económico, cultural y biosanitario, entre otros), de tal modo que no cabe conocer cabalmente una sociedad sin observar sus formas de comida y alimentación. Dada su centralidad social, sorprende que estas cuestiones no hayan despertado más interés en las ciencias sociales y en la discusión pública. Sin embargo, recientemente se aprecian algunos indicios de cambio en esta situación. Cocinar y comer gustosa y saludablemente, alimentarse bien y controlar enfermedades mediante la alimentación suscitan considerable atención en los medios de comunicación y también parecen adquirir más relevancia en la agenda política.

Este nuevo número de PANORAMA SOCIAL pretende ser más que una muestra del aumento de atractivo social y político de estas cuestiones. Funcas persigue con él llamar la atención sobre distintos fenómenos relacionados con la comida, pero también sobre la necesidad de abordar su análisis desde diferentes dimensiones académicas y científicas. Con este fin ha reunido a un conjunto de expertos en sociología, antropología y ciencias de la alimentación que analizan algunas de las principales dimensiones de la alimentación en las sociedades contemporáneas, en general, y la española, en particular.

En el primero de los diez artículos que componen el número 19 de PANORAMA SOCIAL, **Cecilia Díaz y Rodolfo Gutiérrez** (Universidad de Oviedo) analizan los patrones alimentarios de los españoles utilizando para ello una encuesta específica, de ámbito nacional, realizada en 2012. En contra de la tesis del debilitamiento de la familia y el hogar en las sociedades contemporáneas, los autores muestran que una y otro constituyen espacios privilegiados de la alimentación cotidiana. Ciertamente, en algunos grupos gana terreno la práctica de comer en soledad, pero suele obedecer más a la dificultad de concertar horarios y lugares en los que compartir la comida con familiares y amigos, que a nuevas preferencias individuales. Habitualmente, las comidas recrean y refuerzan estos vínculos primarios, mientras que la familia mantiene su protagonismo en la transmisión, entre generaciones y entre géneros, de conocimientos alimentarios y culinarios.

Como es bien sabido, dentro de las familias han sido las mujeres quienes tradicionalmente han asumido la responsabilidad de la alimentación. Más aún, como argumenta **Mabel Gracia-Arnaiz** (Universidad de Rovira i Virgili de Tarragona), la preparación de las comidas se ha considerado en muchas culturas un atributo distintivo de la feminidad. Ahora bien, en las últimas décadas, la masiva incorporación de las mujeres al mercado de trabajo, la popularización de aparatos para la realización más rápida y efectiva de un buen número de tareas domésticas, y la aparición de los denominados “alimentos-servicio”

(que aligeran la carga culinaria) han traído consigo una reducción del tiempo que las mujeres pasan en la cocina. Gracia-Arnaiz vislumbra en esta evolución también una oportunidad para que los hombres se involucren más en la alimentación de la familia y distribuyan más equitativamente su participación en las labores de cuidado doméstico y familiar.

Cómo nos alimentamos efectivamente y cómo deberíamos hacerlo son preguntas que, desde distintas aproximaciones científicas y enfocando la atención en diferentes aspectos, abordan los artículos de **Lluís Serra-Majem**, **Itandehui Castro-Quezada** y **Cristina Ruano-Rodríguez** (Universidad de las Palmas de Gran Canaria e Instituto de Salud Carlos III de Madrid) y de **Marta Moreno** y **Emilio Luque** (UNED). Serra-Majem, Castro-Quezada y Ruano-Rodríguez dedican su artículo a la dieta mediterránea, declarada en 2010 Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad, por sus efectos beneficiosos sobre la salud física y mental. Aunque esta dieta presenta variaciones regionales, se caracteriza por el abundante consumo de vegetales, el empleo de aceite de oliva y la limitada ingesta de carnes. En España, se estima que la siguen en torno a seis de cada diez habitantes (con diferentes grados de rigor), pero según algunas evidencias, su seguimiento podría estar debilitándose entre la población más joven, así como también la más desfavorecida económica y socialmente. A la luz de estos datos, los autores abogan por impulsar políticas de alimentación favorables al acceso a los alimentos típicos de la dieta mediterránea y campañas de información sobre los hábitos alimentarios más saludables y los beneficios de la actividad física.

También Moreno y Luque advierten del riesgo de un empeoramiento de los hábitos alimentarios, resaltando la contribución de la publicidad alimentaria a esta indeseable evolución. De acuerdo con su análisis empírico, buena parte de los alimentos publicitados se apartan de las recomendaciones de expertos e instituciones sanitarias sobre la alimentación sana y la prevención de riesgos tales como la obesidad, la diabetes o las enfermedades cardiovasculares. Dada las dificultades de resistirse a la publicidad (especialmente entre los colectivos de gente más joven o menos formada), los autores defienden la conveniencia de un posicionamiento más firme por parte de los gobiernos y de un mayor compromiso político a favor de la alimentación sana.

A uno de los problemas más preocupantes derivados de la mala alimentación, la obesidad, dedica su artículo **Paloma Herrera** (Universidad Politécnica de Valencia). Directamente relacionada con la incidencia de enfermedades cardiovasculares, de diabetes y de algunos tipos de cánceres, muchos expertos consideran la obesidad una pandemia que afecta, en la actualidad, a más de 1.400 millones de personas en el mundo y resulta muy difícil de controlar. Según Herrera, la obesidad refleja las contradicciones del modo de crecimiento económico que prevalece globalmente. Por una parte, epitomiza la filosofía del desarrollo y de la opulencia; por otra, su estigmatización social aparta el foco de atención de la economía y los estilos de vida contemporáneos, atribuyendo la responsabilidad a las personas afectadas y, por tanto, convirtiendo la obesidad en un riesgo individual.

Que la alimentación no puede ser concebida como una responsabilidad meramente privada e individual es un argumento en el que insisten **Cristóbal Gómez-Benito** y **Carmen Lozano** (UNED). En su artículo proponen un concepto de ciudadanía alimentaria basado en el reconocimiento de derechos a la alimentación suficiente, sana y de calidad y a la información sobre los alimentos, pero también en las obligaciones de los ciudadanos de informarse sobre la alimentación, tomar conciencia de las implicaciones ambientales de la producción y distribución de los alimentos, y no desentenderse de la gobernanza de los asuntos alimentarios. Su ideal normativo es el de una ciudadanía interesada e informada, que se comporta de modo consistente con esos intereses e informaciones, y que asume responsabilidad hacia la comunidad de la que forma parte y hacia el medio ambiente.

Una dimensión importante de esa responsabilidad alimentaria radica en el cuidado y la preocupación por la seguridad de los alimentos y de los establecimientos que los comercializan. Los hallazgos de **Isabel García Espejo** y **Amparo Novo** (Universidad de Oviedo), basados en datos de encuesta, muestran que los consumidores españoles confían en la calidad de los alimentos que comen. Ahora bien, se trata de una confianza delegada en aquellas personas del entorno familiar más directamente implicadas en la compra y la preparación de los alimentos. Precisamente son estas personas las que manifiestan más preocupación por la calidad de los alimentos. Parece, pues, que en asuntos de seguridad alimentaria,

los ciudadanos españoles se saben protegidos, en primera instancia, por quienes, dentro de su propio círculo, se ocupan de la alimentación, y, en segunda instancia, por los profesionales en el ámbito de la salud y la ciencia.

Pero la seguridad alimentaria no se limita al control de calidad de los alimentos que llegan a la mesa en las sociedades con medios para adquirirlos; también afecta a los que no pueden llegar porque en los mercados internacionales se venden a precios inasequibles para satisfacer la demanda de algunos países. Sobre esta vertiente global de la seguridad alimentaria versa el artículo de **Katty Cascante** (Fundación Alternativas), que señala la desigualdad de acceso de la población mundial a los alimentos, así como los problemas de morbilidad y mortalidad que provoca la falta de alimentos en cantidad y calidad suficientes en muchos países en desarrollo. La crisis mundial de alimentos de 2007-2008, desencadenada por la extraordinaria subida de los precios de los alimentos, supuso un recrudecimiento de la inseguridad alimentaria. Sin embargo, aunque en años posteriores algunos indicadores estadísticos han registrado cierta mejoría, los más de 800 millones de personas actualmente desnutridas en el mundo certifican lo lejos que todavía nos hallamos de conseguir erradicar el hambre, uno de los Objetivos de Desarrollo del Milenio de la ONU.

Los dos últimos artículos de este número de PANORAMA SOCIAL enfocan la atención en la relación entre comida y salud. Desde una perspectiva antropológica, **Luis Álvarez Munárriz** (Universidad de Murcia) reivindica la importancia crucial de los factores culturales en el desarrollo de todas las funciones relacionadas con la alimentación, pero también considera necesaria la colaboración de diferentes disciplinas científicas, tanto biosanitarias como sociales, para avanzar en la explicación del origen y del desarrollo de los hábitos alimentarios saludables. Una vía especialmente prometedora en este sentido ve Álvarez Munárriz en los nuevos enfoques de la nutrición que apuestan por dietas personalizadas en función de las características genéticas de los individuos.

Lo cierto es que el diseño de una nutrición personalizada para mejorar la salud y la calidad de vida de personas afectadas por determinadas dolencias ya no es un objetivo inalcanzable. Así se desprende del artículo de **Ana Ramírez de Molina y Guillermo Reglero** (Instituto Madrileño

de Estudios Avanzados en Alimentación), que destacan la importancia de la alimentación en el desarrollo, la prevención y el tratamiento de algunas de las enfermedades crónicas con mayor incidencia en las sociedades contemporáneas. Si bien hasta la fecha el potencial terapéutico de la nutrición no ha sido convincentemente demostrado, la revolución científico-tecnológica que ha provocado la secuenciación del genoma humano en 2003 abre la posibilidad de avances significativos en este sentido. Con su artículo, Ramírez de Molina y Reglero ponen de relieve la necesidad de seguir investigando sobre la relación entre alimentación y enfermedad –huyendo de argumentos y recomendaciones alimentarias carentes de base científica– y de concitar los esfuerzos de diferentes agentes e instituciones para trasladar los resultados de la investigación a la sociedad, que puede y debe beneficiarse de ellos.

Estrechamente vinculadas con prácticamente todas las dimensiones determinantes del bienestar social e individual, la comida y la alimentación merecen reflexiones y análisis que trasciendan el ámbito de los expertos y los decisores políticos. Así lo entiende Funcas, que con este número ha querido contribuir a subrayar la importancia estructural de estas cuestiones y aportar elementos para su mejor conocimiento y discusión pública.

Patrones alimentarios de los españoles: continuidad y cambio de la comida familiar

CECILIA DÍAZ MÉNDEZ Y RODOLFO GUTIÉRREZ PALACIOS*

RESUMEN

Los estudios sobre la globalización alimentaria predicen tendencias muy generales de homogeneización de los hábitos de comida, que supondrían un papel secundario del hogar en la reproducción de la cultura alimentaria. En este artículo se analizan, a partir de los resultados de una nueva encuesta de ámbito nacional, los hábitos alimentarios en España, con el fin de valorar el papel del hogar en la posible transformación de tales hábitos. En concreto, se estudian cuatro aspectos del papel del hogar: la dimensión convivencial de la comida, el origen de los aprendizajes culinarios, las formas de comida fuera del hogar y los cambios recientes en la centralidad del hogar.

1. INTRODUCCIÓN

Los estudios sobre la globalización alimentaria han mostrado pautas de cambio que apuntan a una creciente homogeneización. Las principales tendencias van en una doble dirección. Por un lado, las formas globales de producción –lo que Ritzer (1996) ha denominado *Mcdonalización de la sociedad*– han estandarizado la oferta y, por tanto, la comida; los alimentos, venidos de cualquier lugar del mundo, disponibles en cualquier momento y producidos de modo similar, se adaptan bien a una sociedad de consumo de masas. Por otro lado, el comen-

sal moderno es un comensal *anómico*, al que la falta de normas claras sobre lo que es bueno o malo para comer mantiene en una situación permanente de incertidumbre. Esta *gastroanomia* sería el resultado de la pérdida de los criterios tradicionales de elección (Fishler, 1995). A juicio de estos analistas, el papel del hogar queda en un segundo plano y pierde protagonismo en la reproducción de la cultura alimentaria, dando paso a otros agentes que asumen este papel en un mercado agroalimentario globalizado. Se detectan, por tanto, signos de homogeneidad alimentaria que indican una cada vez mayor semejanza de los patrones alimentarios. Es la globalización del sistema agroalimentario lo que determina los comportamientos alimentarios, y no los grupos sociales de origen, ni la cultura nacional, ni el grupo familiar.

Sin embargo, estas tendencias han sido cuestionadas por gran número de estudios empíricos, centrándose, en particular, en la evolución seguida por la comida familiar. Se entiende que el hogar desempeña un papel central en el proceso de cambio alimentario, pues es el espacio en el que se desarrolla la cultura alimentaria de una sociedad, ya no solo porque tradicionalmente se hayan resuelto en su seno las necesidades alimentarias de los individuos, sino porque es en él donde se trata culturalmente la comida a través de su preparación y su consumo colectivo. Pero, además, como agente primario de socialización, la familia y el hogar transmiten las pautas culturales necesarias para la reproducción de estos hábitos, dándoles continuidad.

* Universidad de Oviedo, Departamento de Sociología (cecilia@uniovi.es; rgutier@uniovi.es).

Por todo ello, la pérdida de la comida familiar se ve con preocupación. Se teme que el abandono de los referentes alimentarios tradicionales conduzca a los individuos hacia conductas inapropiadas y distorsione la continuidad cultural de unos hábitos alimentarios que han dado muestras de ser adecuados. Este es el caso, por ejemplo, de las dietas mediterráneas, que se asocian a la alta esperanza de vida y a la buena salud de la población de los países del sur de Europa. Su debilitamiento podría ir de la mano de un alejamiento del grupo familiar y del origen social del individuo, así como del abandono del carácter convivencial y colectivo que definió a la alimentación en el pasado. La pérdida del referente familiar en la alimentación mostraría, en definitiva, el proceso homogeneizador de los hábitos alimentarios y del dominio de nuevos grupos de referencia para decidir qué y cómo comer (Murcott, 1982; Herpin, 1998).

Para confirmar o rebatir las tendencias a la homogeneidad alimentaria, una parte de los trabajos empíricos sobre este tema estudian períodos de tiempo amplios, con el fin de identificar la evolución de los hábitos; otros comparan sociedades para determinar el peso de los factores de carácter cultural o sociodemográfico y observar si las sociedades difieren en sus cambios; y algunos estudian grupos sociales concretos, en especial grupos previsiblemente más proclives a la transformación, como los jóvenes, los adolescentes o las parejas al inicio de su vida en común.

Comparando varios países y analizando diferentes períodos, varios autores confirman que el tiempo dedicado a comer en el hogar no disminuye significativamente a lo largo de los años, si bien también constatan que la organización temporal de la alimentación difiere entre países, conservando así especificidades nacionales (Warde *et al.*, 2007; Díaz Méndez y García Espejo, 2014; Cheng *et al.*, 2007). Otros trabajos, basados en estudios longitudinales en una misma sociedad, sí muestran una reducción del tiempo dedicado a comer en grupo, aunque en ningún caso un drástico abandono de esta práctica (Mestdag y Glorieux, 2009). Se observa continuidad en las creencias y los valores asociados a la comida familiar y, al estudiar a jóvenes y adolescentes, se confirma que la comida doméstica se asocia a comida sana y apropiada, tanto en diferentes generaciones como entre la población urbana y rural (Lupton, 1996; Kremmer, Anderson y Marshall, 1998; Gallegos *et al.*, 2011).

Los estudios que analizan la comida extradoméstica, por el contrario, llegan a conclusiones menos contundentes respecto a la conservación de la comida familiar y muestran la pérdida de la centralidad del hogar como lugar exclusivo de aprovisionamiento de alimentos. El dato principal que confirma este hecho es el aumento creciente del gasto alimentario fuera de casa, puesto de relieve por las Encuestas de Presupuestos Familiares, observable en todos los países desarrollados, al tiempo que se mantiene constante o se reduce el gasto alimentario doméstico (Frank y Wheelock, 1988; Fonte, 1998). En efecto, las investigaciones recientes confirman este crecimiento de la alimentación extradoméstica en todas las sociedades; aumenta tanto el número de personas que comen fuera del hogar, como el tiempo que dedican a ello, aunque este aumento no siempre se corresponda con el descenso de la comida familiar (Warde *et al.*, 2007; Cheng *et al.*, 2007; Davidson y Gauthier, 2010; López Martín-Lagos, 2011).

En general, se podría decir que los estudios empíricos no indican una drástica desaparición de la comida familiar, ni tampoco una orientación contundente hacia pautas alimentarias más homogéneas y externas. Más bien se aprecia que la estandarización de algunos hábitos convive con pautas alimentarias de origen nacional sobre las que se asientan las tendencias más generales de cambio.

En este trabajo se aportan nuevas evidencias a este debate, analizando los hábitos alimentarios en España y, en particular, el peso del hogar en la alimentación. Se ofrecen datos de la *Encuesta de hábitos alimentarios, seguridad e innovación alimentaria* (ENHALI-2012) (Díaz Méndez, 2013)¹, prestando especial atención a los diversos aspectos que definen el rol del hogar como centro de la alimentación cotidiana. En primer lugar, se atiende al carácter convivencial de la comida, pues se entiende que compartirla supone no solamente comer en compañía, sino también coordinar horarios para su realización. Pero la continuidad de estos hábitos solo es posible si se transmiten los conocimientos para su repetición; de ahí que se explore, en segundo lugar, si las nuevas generaciones han recibido la informa-

¹ ENHALI-2012 es una encuesta telefónica de ámbito nacional sobre una muestra de 1.504 personas, estratificada por municipios y cuotas de edad y sexo, con un nivel de confianza del 95,5 por ciento y un error muestral de +/- 2,57 por ciento. Ha sido realizada entre los meses de febrero y agosto de 2012.

ción necesaria para cocinar, si estos conocimientos culinarios tienen un origen familiar y de qué modo se actualizan. En tercer lugar, se describen los hábitos de comida fuera de casa, la conducta que mejor refleja el alejamiento del hogar como centro alimentario. Finalmente, se complementa esta información con datos sobre las tendencias esperadas de cambio alimentario, con el fin de averiguar si su evolución intensifica la pérdida de la centralidad del hogar.

Este conjunto de cuestiones ofrece un apropiado triángulo para radiografiar la transformación de los hábitos alimentarios domésticos: la sociabilidad en torno al comer, el ofrecimiento del alimento a otros y la continuidad de aprendizajes entre generaciones. Todo ello sitúa al hogar en el centro de atención del cambio alimentario y permite averiguar hasta qué punto en España la alimentación está regida por pautas tradicionales ligadas al ámbito doméstico, o si, en cambio, predominan hábitos rupturistas y abiertos a nuevas formas de comer y de cocinar.

2. COMIDAS EN EL HOGAR Y APRENDIZAJES ALIMENTARIOS

Los datos de la encuesta ENHALI-2012 muestran una permanencia casi universal del hábito de realización de comidas en casa y en familia, y también en horarios relativamente concordantes entre sus miembros. Ponen, por tanto, de manifiesto una alimentación centrada en el

hogar (cuadro 1), aunque no exenta de algunos cambios respecto a la pauta tradicional.

La comida en compañía es la opción preferida por la población, si bien la comida familiar no tiene el mismo peso en todas las ingestas diarias y muestra un perfil de convivencialidad diferente según el momento del día, como se observa en el gráfico 1.

Las comidas con mayor componente relacional son las centrales: la comida y la cena, que se realizan principalmente con la familia; pero también el tentempié de la mañana se hace a menudo con el grupo familiar. Las comidas más solitarias son la merienda y el desayuno: al menos uno de cada tres españoles realiza solo o sola esta ingesta. Comen y cenan solas, con más frecuencia, las mujeres que los hombres y, en general, las comidas secundarias las realiza en soledad la gente que vive sola. Aunque parezca una obviedad, no lo es tanto, pues un 26,5 por ciento de las personas que viven solas comen al mediodía con familiares o amigos, y un 22,9 por ciento también cena acompañado (gráficos 2 y 3). En el resto de hogares, en más del 80 por ciento de los casos se realizan la comida y la cena con familiares. Todo parece indicar que la sociabilidad alimentaria da forma al hábito de la mayoría de los comensales, si bien no es despreciable el porcentaje de personas que comen solas a lo largo del día.

Con respecto a la organización doméstica de las comidas, la actividad de cocinar es la que requiere mayor responsabilidad, y supone disponer de tiempo y tener habilidades para su

CUADRO 1

COMIDAS SEGÚN LUGAR DONDE SE REALIZAN (PORCENTAJES)

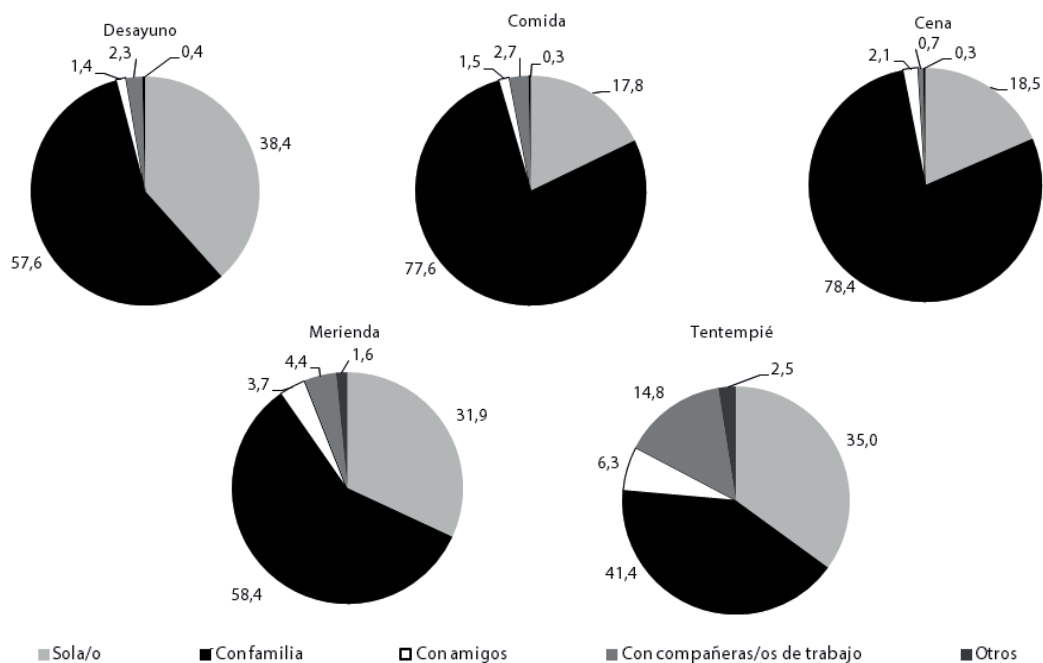
	Casa	Fuera de casa
Desayuno	94,4	5,6
Tentempié de media mañana	67,9	32,1
Comida	92,0	8,0
Merienda	86,6	13,4
Cena	95,0	5,0
Otros	73,7	26,3

Pregunta: "¿La realizó usted en casa o fuera de casa?".

Fuente: ENHALI-2012.

GRÁFICO 1

¿CON QUIÉN REALIZÓ LA COMIDA EL DÍA ANTERIOR?
(PORCENTAJE)

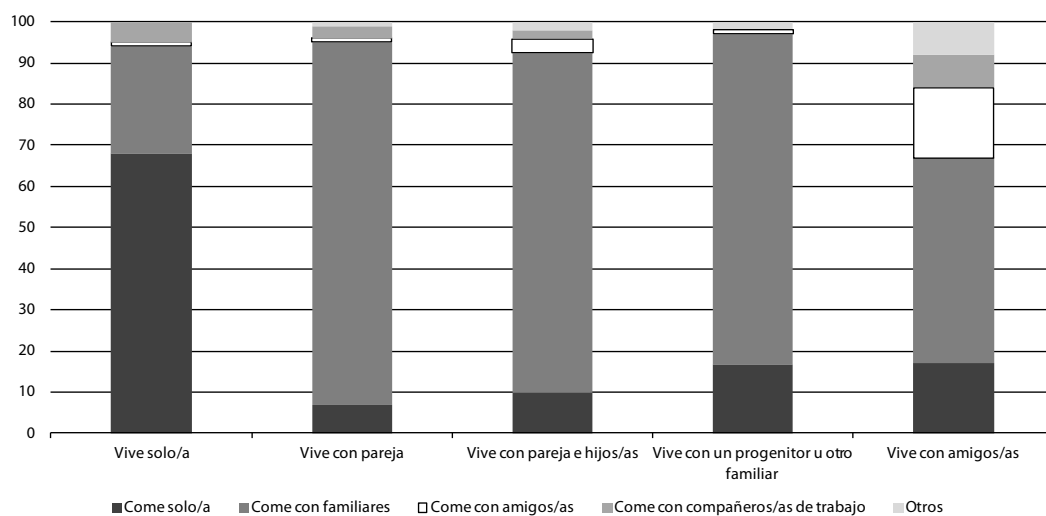


Pregunta: "¿Con quién ha realizado cada una de las comidas mencionadas por usted?"

Fuente: ENHALI-2012.

GRÁFICO 2

COMPAÑÍA EN LA COMIDA SEGÚN TIPO DE HOGAR
(PORCENTAJE)

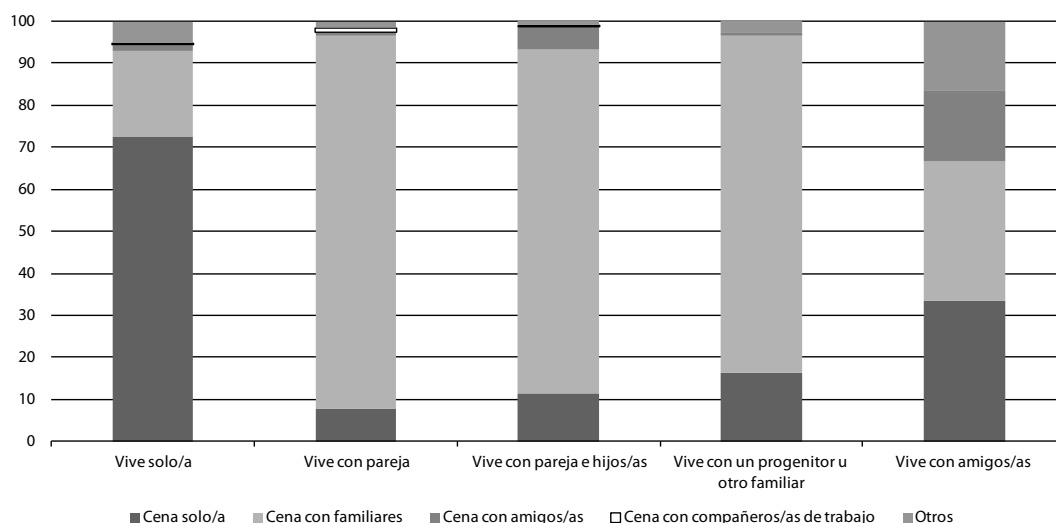


Pregunta: "¿Con quién ha realizado cada una de las comidas mencionadas por usted?"

Fuente: ENHALI-2012.

GRÁFICO 3

COMPAÑÍA EN LA CENA SEGÚN TIPO DE HOGAR
(PORCENTAJE)



Pregunta: "¿Con quién ha realizado cada una de las comidas mencionadas por usted?".

Fuente: ENHALI-2012.

correcta realización. La mayoría de la población considera que puede afrontar esta tarea, pues un 64,2 por ciento cree que cocina "bien o bastante bien". También un porcentaje elevado de hombres (43,7 por ciento) afirma saber cocinar "bien o bastante bien". No obstante, un 26,4 por ciento de los varones reconoce carecer de conocimientos para realizar esta tarea. En esta misma situación se encuentra solo el 2,6 por ciento de las mujeres (gráfico 4). La destreza culinaria aumenta con la edad y, como intuitivamente cabe anticipar, son las amas de casa las más experimentadas en este campo.

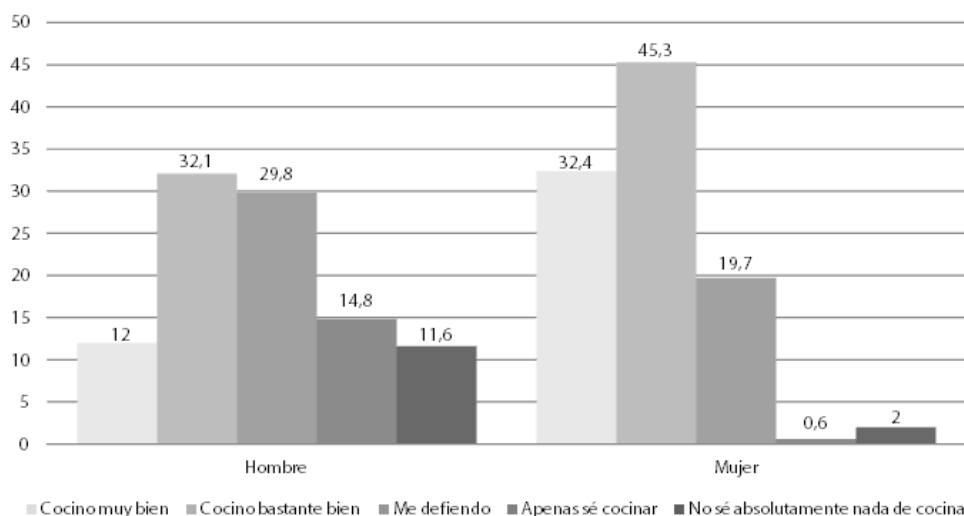
A pesar de la difusión de las capacidades para la realización de la comida diaria, su preparación es una actividad que no se comparte. En concordancia con las desigualdades de género existentes en España en el reparto de las tareas domésticas (INE, 2010), el 76,6 por ciento de las mujeres entrevistadas afirman ser responsables de todo o de la mayoría de lo que se cocina en casa, frente a un 21,8 por ciento de hombres que dicen encontrarse en esta situación.

Los hombres responsables de las tareas de cocinar constituyen un grupo minoritario que

responde, además, a un perfil muy específico: tienen entre 31 y 40 años, y poseen estudios superiores. Sin embargo, el perfil de las cocineras es muy distinto; la participación de las mujeres en la cocina crece con la edad, especialmente a partir de los 30 años, cuando ya son responsables de la cocina casi un 70 por ciento de ellas. Superados los 65 años, más del 91 por ciento de las mujeres cocina para otros. Además, el perfil de mujeres dedicadas a la tarea de cocinar en exclusividad lo componen las de menor nivel educativo. El colectivo de los más jóvenes, de 18 a 31 años, es el que menos cocina, aunque un 17,1 por ciento de ellos es responsable de la comida en exclusividad; estos datos indican la reducida responsabilidad alimentaria cuando los jóvenes viven con sus progenitores, aunque luego la asuma una parte del colectivo juvenil cuando se independiza (cuadro 2).

Aun cuando evidentemente los aprendizajes alimentarios han estado orientados más hacia las mujeres que hacia los hombres, el origen de estos conocimientos informales no difiere significativamente en cuestión de género. La mayoría de las personas entrevistadas, tanto hombres como mujeres, afirma haber aprendido

GRÁFICO 4

DESTREZAS CULINARIAS SEGÚN SEXO
(PORCENTAJE)

Pregunta: "¿Cómo cree que cocina usted, muy bien, bastante bien, regular o no sabe cocinar?".

Fuente: ENHALI-2012.

CUADRO 2

RESPONSABILIDAD EN LA PREPARACIÓN DE LA COMIDA, SEGÚN SEXO Y EDAD
(PORCENTAJES DE CASOS AFIRMATIVOS)

Cocina todo o la mayoría	Varón	Mujer
18 a 30 años	17,1	31,1
31 a 40 años	40,7	68,3
41 a 55 años	24,4	83,3
56 a 65 años	19,8	93,7
65 a 75 años	10,7	91,3
Más de 75 años	14,0	79,8
Total	100	100

Pregunta: "¿Es usted responsable de todo lo que se cocina en casa, o de la mitad, o de menos de la mitad, o no es usted responsable de la preparación de alimentos?".

Fuente: ENHALI-2012.

lo que sabe a través de sus madres y otros familiares (62,0 por ciento) y con la práctica (43,2 por ciento) (cuadro 3).

La formalización de aprendizajes es minoritaria, ya que son pocos los que han aprendido con libros o cursos, y también escasean los que

CUADRO 3

**APRENDIZAJES ALIMENTARIOS
(PORCENTAJES DE CASOS AFIRMATIVOS)**

<i>Medios para aprender</i>		<i>Orientaciones para cocinar</i>	
Viendo a mi madre o algún familiar	62,0	Familiares	21,4
Me ha enseñado otra persona	3,0	Amigos	5,6
Con libros de cocina	5,4	Libros de cocina	16,0
Con programas de radio	0,5	Programas de TV	4,6
Con revistas de cocina	0,1	Radio	0,2
Buscando en Internet	2,6	Revistas	0,8
Con cursos de cocina	2,1	Etiquetas de los propios productos	0,1
Con la práctica	43,2	Internet	24,5
Otras formas	6,3	Cursos de cocina	0,2
		Expertos en nutrición	0,1
		No necesita información	24,4
		Otros	2,1
		Total	100,0

Pregunta: "¿Cómo ha aprendido a cocinar?" "Y hoy, si necesita orientaciones para cocinar ¿cómo se informa?"

Fuente: ENHALI-2012.

lo han hecho a través de Internet. Sin embargo, estos referentes extrafamiliares se usan para actualizar los aprendizajes. Cuando se pregunta a quién recurrirían en caso de necesitar orientación para cocinar, aparece la familia (21,4 por ciento), pero es aún más frecuente recurrir a Internet (24,5 por ciento), y también destaca el uso de los libros de cocina como vía para complementar la información culinaria (16,0 por ciento). Por lo tanto, aunque el referente de aprendizaje sigue siendo la familia, irrumpen otras agencias menos tradicionales, especialmente entre la población más joven.

A modo de resumen, cabe destacar, en primer lugar, que la comida en el hogar y en compañía vertebraba las ingestas principales y muestra la preferencia de los españoles por los aspectos relacionales de la alimentación y por el hogar como lugar de consumo prioritario. La comida en soledad, no obstante, está presente también de modo especial en algunos colectivos, y es muy relevante en las ingestas secundarias y en el desayuno. En segundo lugar, la preparación de los alimentos refleja el rol femenino en el hogar,

poniendo de manifiesto el perfil de una tarea que las mujeres realizan para ellas mismas y para otras personas. Se ofrece así la cara más colectiva de la alimentación; las mujeres cocinan para el grupo, aunque esta actividad se abre a nuevos perfiles de cocineros, especialmente a varones más jóvenes y menos experimentados. En tercer lugar, los aprendizajes alimentarios tienen como referente principal a la familia, si bien las generaciones más jóvenes introducen formas de aprendizaje nuevas, mientras Internet despunta como referente para la actualización de los conocimientos culinarios.

3. LAS COMIDAS FUERA DEL HOGAR

La alimentación fuera del hogar también forma parte de los hábitos alimentarios de los españoles y refleja, mejor que ningún otro hábito, la sustitución del hogar para resolver las necesidades alimentarias. Su uso generalizado

sería una muestra de la externalización de la alimentación, pero, además, cabría plantear si se trata de un hábito menos convivencial que el doméstico. Sin contradecir la generalizada práctica de comer en casa, un 36,4 por ciento de los encuestados afirma comer alguna vez fuera de casa durante la semana, porcentaje que se eleva al 61,9 por ciento cuando se pregunta por el fin de semana. Las respuestas clarifican conceptualmente lo que se entiende por comer fuera del hogar (a los entrevistados se les solicitó una respuesta espontánea a una pregunta abierta): para unos, es comer en un restaurante, para otros es hacerlo con amigos y familiares, e incluso llevar comida preparada de casa y comerla fuera.

En efecto, existen diferentes modalidades de comida extradoméstica. La más habitual consiste en comer en establecimientos comerciales de hostelería: en cafeterías, bares o restaurantes; una práctica que aumenta en fin de semana (60,1 por ciento de quienes comen fuera de casa lo hacen, entre semana, en este tipo de establecimientos, frente al 79,3 por ciento en los fines de semana); pero también se entiende por comer fuera, hacerlo en casa de familiares o amigos, una conducta seguida por el 20,2 por

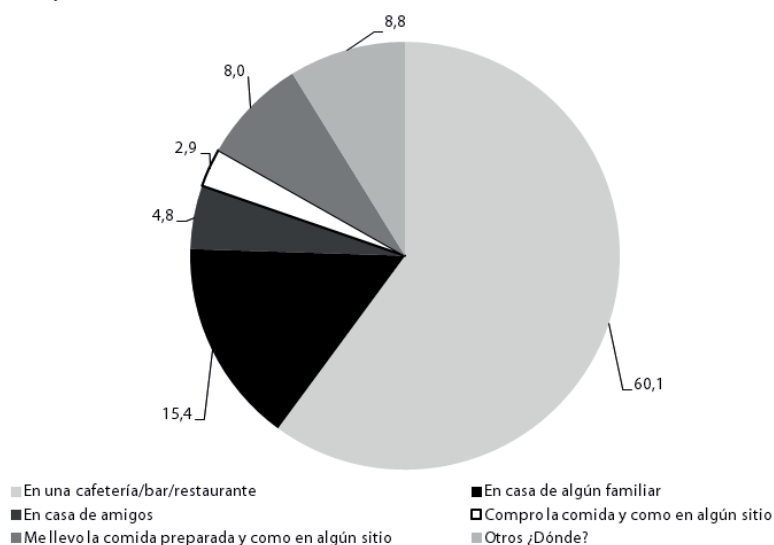
ciento de la población de lunes a viernes, y por el 18,3 por ciento en fin de semana. Para algunos entrevistados, comer fuera de casa es llevar la comida preparada e ingerirla en un lugar distinto al domicilio, la tradicional "fiambrrera", una conducta semanal seguida por casi un 8 por ciento de la población que desaparece en fin de semana, al igual que el reducido 2,9 por ciento que compra la comida y la ingiere fuera de casa durante la semana (gráficos 5 y 6).

Así pues, comer fuera de casa es un hábito mucho más frecuente en fin de semana, en especial en un establecimiento de restauración comercial. De hecho, en este tipo de establecimientos comen cuatro de cada cinco personas que realizan la comida fuera en sábado o domingo. Esta conducta de comer en restaurantes es una práctica más masculina que femenina, tanto en semana como en fin de semana. Sin embargo, comer fuera con la familia es un hábito más común entre las mujeres durante toda la semana.

El perfil del comensal caracteriza este hábito, pues se trata, en su mayoría, de mujeres mayores que comen (presumiblemente) en casa de sus hijos o hijas. Efectivamente, un 54 por

GRÁFICO 5

CUANDO COME FUERA DE CASA ENTRE SEMANA, ¿DÓNDE LO HACE?
(PORCENTAJE)

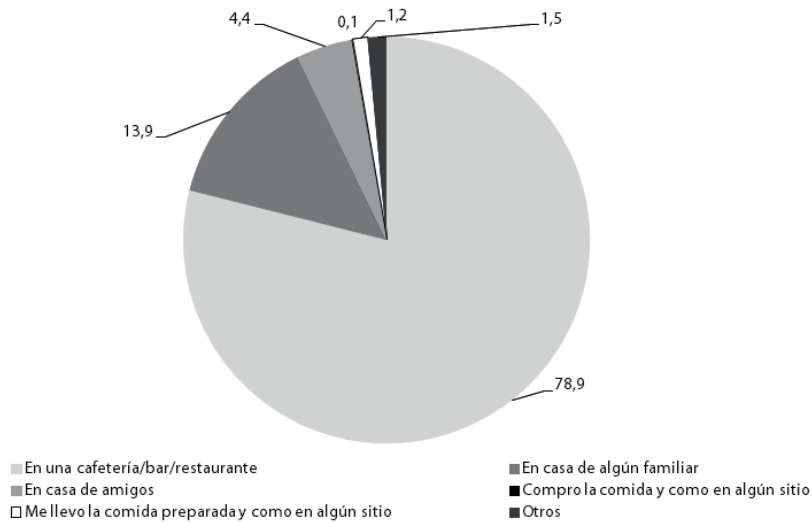


Pregunta: "Habitualmente, cuando come fuera de casa, ¿dónde lo hace?".

Fuente: ENHALI-2012.

GRÁFICO 6

CUANDO COME FUERA DE CASA DURANTE EL FIN DE SEMANA ¿DÓNDE LO HACE?
(PORCENTAJE)



Pregunta: "Habitualmente, cuando come fuera de casa, ¿dónde lo hace?".

Fuente: ENHALI-2012.

ciento de los encuestados de 75 o más años que comen fuera, lo hacen en casa de familiares, un hábito más frecuente entre jubilados y amas de casa. Además, el porcentaje de quienes comen con la familia durante el fin de semana no varía significativamente con respecto a la semana. Todo parece indicar que se trata de un colectivo de mujeres mayores (también algunos hombres), que viven solas y comen habitualmente con sus familiares, tanto durante la semana como en fin de semana; una rutina muy asentada en este colectivo, que tampoco presenta grandes rupturas semanales en el resto de hábitos.

Hay otros perfiles claros. Llevar comida preparada para comer fuera aparece como un hábito muy asociado a la semana laboral o educativa, claramente femenino y juvenil; es una práctica propia de estudiantes que casi desaparece cuando llega el fin de semana. Aunque se halle poco extendida (4,8 por ciento), muestra una forma diferente de comprender la alimentación extradoméstica. Estamos ante un hábito que vincula las actividades alimentarias dentro del hogar con las de fuera de él, muy distinto de comer fuera lo que no se prepara en casa (2,9 por ciento). La peculiaridad en esta última conducta

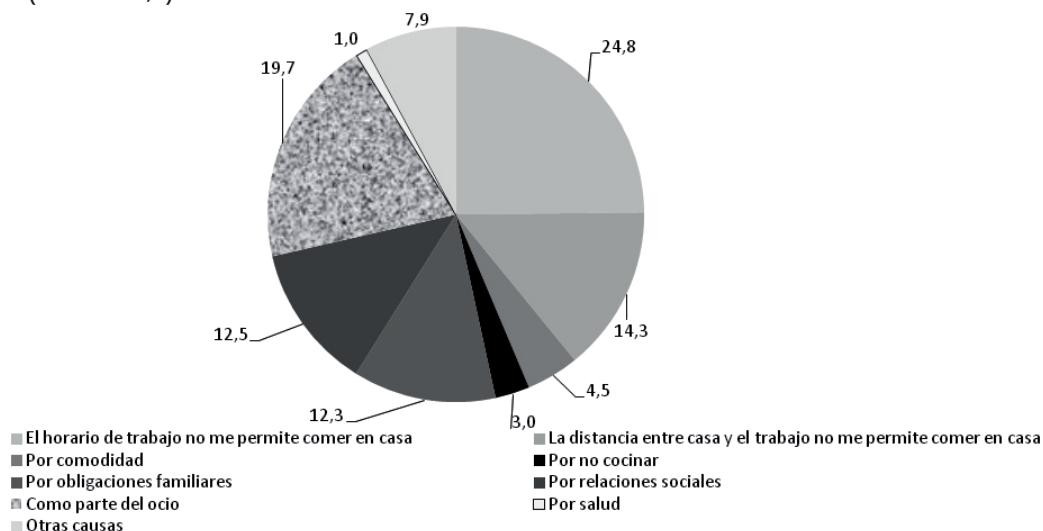
radica en que la realizan sobre todos los varones, principalmente estudiantes que compran la comida y comen fuera, mientras que sus compañeras de estudios prefieren llevarla preparada de casa, en lugar de comprarla.

Los motivos por los que se come fuera varían significativamente entre semana y fin de semana, y aclaran, parcialmente, el sentido de esta práctica. Durante la semana, los condicionantes laborales explican la comida extradoméstica, puesto que un 39,2 por ciento de los que comen fuera de casa lo hacen por motivos de carácter laboral; bien por el horario de trabajo (24,8 por ciento), bien por no poder regresar al hogar (14,3 por ciento) (gráficos 7 y 8).

Pero también en la comida extradoméstica las relaciones sociales son motivadoras de la conducta: al menos uno de cada tres españoles que come fuera de casa durante la semana adopta este hábito por cuestiones relacionadas con la interacción social (por relaciones sociales, un 12,5 por ciento, y por ocio, un 19,7 por ciento). El perfil de estos comensales ayuda a conocer mejor la relación entre la conducta y su motivación. Quienes dan prioridad a los moti-

GRÁFICO 7

MOTIVO POR EL QUE COME FUERA DE CASA POR SEMANA (PORCENTAJE)



Pregunta: ¿Cuál es el motivo por el que usted realiza esta o estas comidas fuera de casa?"

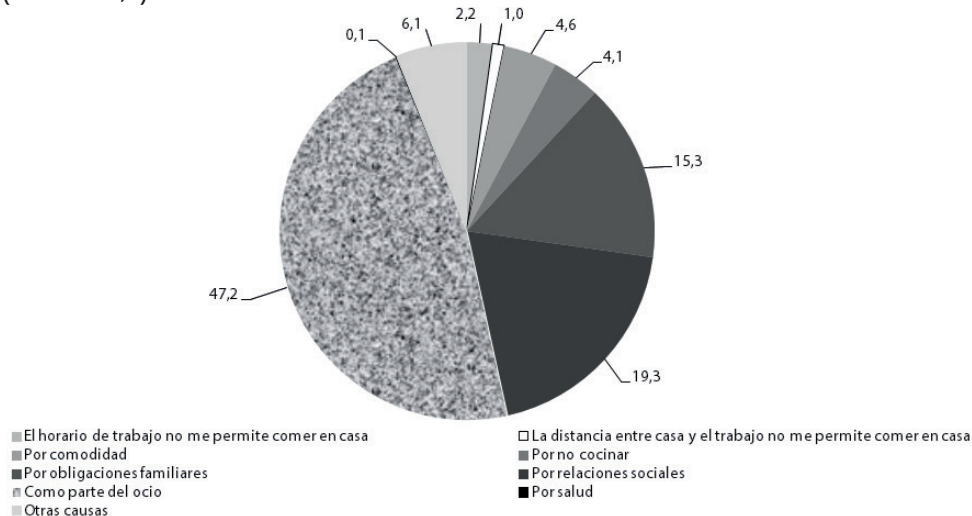
Fuente: ENHALI-2012.

vos de carácter laboral a la hora de comer fuera de casa son, sobre todo, los hombres, las personas de edad intermedia, aquellos que cuentan con estudios superiores y quienes trabajan. Las

personas que priorizan motivos de ocio para comer fuera tienen otro perfil, ya que son, en mayor medida, las mujeres de más de 64 años, jubiladas o amas de casa.

GRÁFICO 8

MOTIVO POR EL QUE COME FUERA DE CASA DURANTE EL FIN DE SEMANA (PORCENTAJE)



Pregunta: "¿Cuál es el motivo por el que usted realiza esta o estas comidas fuera de casa?"

Fuente: ENHALI-2012.

El ocio, por el contrario, es la motivación principal para los que comen fuera de casa en fin de semana (47,3 por ciento), aunque las relaciones sociales (19,3 por ciento) y las obligaciones familiares (15,3 por ciento) indican que no todo es diversión en las comidas del sábado y el domingo. Si a esto se añade que las razones de carácter laboral desaparecen como motivadores de la conducta alimentaria extradoméstica en fin de semana, y también “las fiambreras”, parece evidente que la comida de fin de semana es fundamentalmente relacional, sea por ocio o por familia. Así, la dualidad trabajo/ocio que marca la semana laboral, pasa a ser familiar/ocio en fin de semana.

La comida fuera, sin embargo, no siempre se realiza en compañía, ni siempre en solitario. Cada tipo de ingesta tiene su peculiaridad. El

fuera de casa en función del período del que se trate (Díaz Méndez, 2013). Esos resultados confirman, en lo principal, los perfiles de comensales para cada periodo observado descriptivamente. Durante la semana, esta comida es más habitual en los hombres y las personas más jóvenes (18-30 años). También la franja de población de 56 a 65 años tiene más probabilidades de comer fuera del hogar si la comparamos con las personas que superan esta edad. Pero son el nivel de estudios y la situación laboral las variables más significativas para explicar esta conducta. Así, entre los titulados universitarios de nivel superior es más probable comer fuera de casa entre semana que entre aquellos que solo cuentan con estudios primarios. Asimismo, las personas que trabajan son las que más probabilidades tienen de salir a comer fuera, y las que menos, las amas de casa. En definitiva, no solo es una conducta más masculina

CUADRO 4

**COMPAÑÍA EN LAS COMIDAS CUANDO SE REALIZAN FUERA DE CASA
(PORCENTAJES HORIZONTALES)**

	<i>Solo</i>	<i>Con mi familia</i>	<i>Con amigos</i>	<i>Con compañeros de trabajo</i>	<i>Otras personas</i>	<i>No hizo la comida</i>
Desayuno	23,5	24,7	13,6	37,0	0,0	1,2
Tentempié de media mañana	21,0	13,1	17,0	43,8	4,5	0,6
Comida	10,1	47,9	10,9	30,3	0,0	0,8
Merienda	13,3	28,9	20,0	27,8	10,0	0,0
Cena	5,4	55,4	25,7	10,8	1,4	1,4

Pregunta: “¿Con quién ha realizado cada una de las comidas mencionadas por usted?” (se trata de comidas fuera de casa).

Fuente: ENHALI-2012.

cuadro 4 contiene datos sobre con quién se come cuando se hace fuera de casa. Las comidas más solitarias son el desayuno y el pincho de media mañana, que comen solos alrededor de uno de cada cinco españoles. En el resto de las comidas, muy especialmente las principales, las relaciones sociales son las que parecen dar sentido al alimento también fuera del hogar.

Las diferencias entre semana y fin de semana introducen particularidades que permiten comprender mejor la comida realizada fuera del ámbito doméstico. En otro trabajo, se han proporcionado resultados, a través de un análisis multivariante, sobre las probabilidades de comer

que femenina, sino que es más común entre los varones ocupados con niveles de estudios altos. La alimentación fuera de casa durante la semana está claramente ligada al empleo y alejada de los aspectos recreativos, aunque vinculada fundamentalmente a las ocupaciones más cualificadas, no a todas.

El fin de semana presenta otros perfiles de quienes comen fuera de casa. El sexo no constituye una variable estadísticamente significativa, pero sí la edad. Así, los jóvenes de 18 a 30 años tienen más probabilidades de comer fuera de casa en fin de semana que la población de más edad. La situación laboral pierde protagonismo,

pero sigue pesando el nivel educativo, de nuevo la variable más significativa, pues las personas con niveles de estudios superiores a los primarios muestran mayor probabilidad de comer fuera. Estos resultados sugieren que esta es una práctica ligada principalmente al ocio, seguida, sobre todo, por los jóvenes, y más probable entre las personas de niveles educativos altos.

En resumen, comer fuera de casa es un hábito realizado en alguna ocasión por más de un tercio de la población durante la semana, y que se eleva a seis de cada diez personas en fin de semana. Se come preferiblemente en establecimientos comerciales, y durante la semana lo hacen más los que trabajan en los mejores empleos, pero se amplía a otros colectivos en fin de semana. También forma parte de la alimentación extradoméstica el comer en casa de familiares, un hábito que practican las personas mayores y que forma parte de su rutina diaria tanto entre semana como en fin de semana. Entre los estudiantes, la tradicional fiambrrera, con comida preparada en casa e ingerida en el centro de estudios, da cuenta de un modo de comer diferente que particulariza a este colectivo. Pero durante el fin de semana la importancia de la ocupación desaparece, y es el ocio el

que marca la decisión de comer fuera de casa, mostrando con ello el carácter recreativo que se le otorga a la comida, aunque, de nuevo, el nivel educativo revela que se trata de una conducta más propia de grupos sociales más formados.

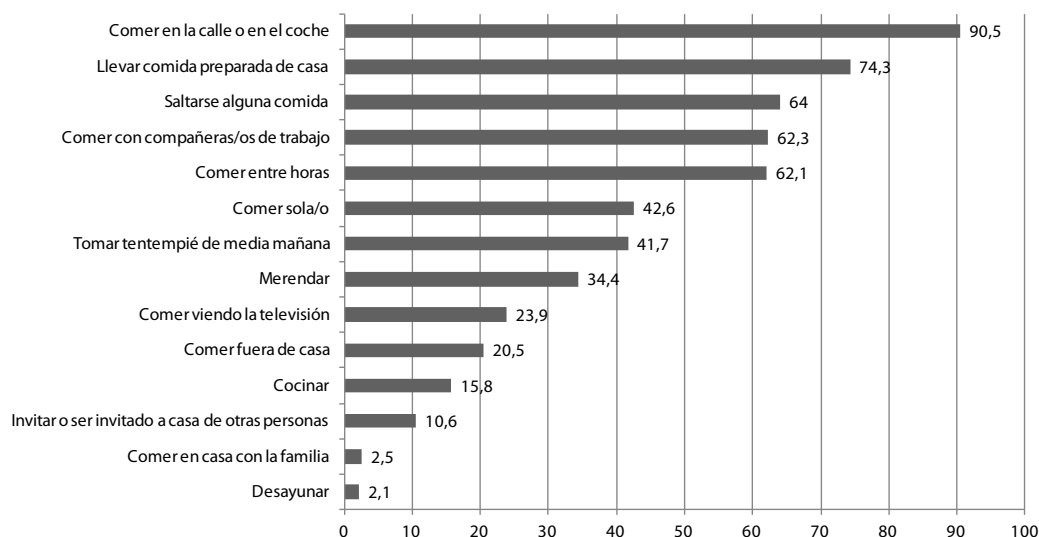
4. LOS NUEVOS HÁBITOS ALIMENTARIOS

Los hábitos de localización y estructuración de las comidas de la población española combinan interesantes pautas de estabilidad y cambio, aunque su notoria uniformidad no permite vislumbrar con claridad las posibles pautas de transformación. Una forma de aproximación a las tendencias de cambio previsible consiste en analizar las frecuencias de las actividades que han ido en aumento en los últimos años, y también conocer aquellas prácticas que son excepcionales entre los hábitos más afianzados.

En el gráfico 9 se incluyen las frecuencias de quienes responden “no lo hago” cuando se pregunta a los encuestados si siguen ciertos hábitos

GRÁFICO 9

PERSONAS QUE HABITUALMENTE SE ABSTIENEN DE CIERTAS PRÁCTICAS DE COMIDA (PORCENTAJE)



Pregunta: “¿Cuáles de las siguientes actividades realiza ahora más a menudo, menos a menudo o igual que hace cinco años?”.

Fuente: ENHALI-2012.

de comidas con mayor o menor intensidad que hace cinco años, lo que estaría indicando aquellas conductas que, aun siendo excepcionales, han disminuido o aumentado su frecuencia en el último quinquenio.

En los extremos de la frecuencia con la que se mantienen o adoptan ciertos hábitos, se observan datos interesantes. Entre las conductas más frecuentes destaca la realización de comidas en casa con la familia, una actividad que es casi universal, de tal modo que solo un 2,5 por ciento de las personas afirma no hacerlo nunca. Entre los hábitos menos frecuentes, se encuentra alguno aún muy poco extendido en la sociedad española: es el caso, sobre todo, de la realización de comidas fuera de los espacios destinados a ello, en el hogar o en los locales públicos, con un 90,5 por ciento de personas que nunca comen en la calle o en el coche.

Entre esos dos extremos hay actividades que no registran una frecuencia mayoritaria, pero alcanzan ya porcentajes apreciables de población, y pueden estar indicando alteraciones significativas de los hábitos más tradicionales y asentados. El hábito nuevo que parece cobrar más fuerza es

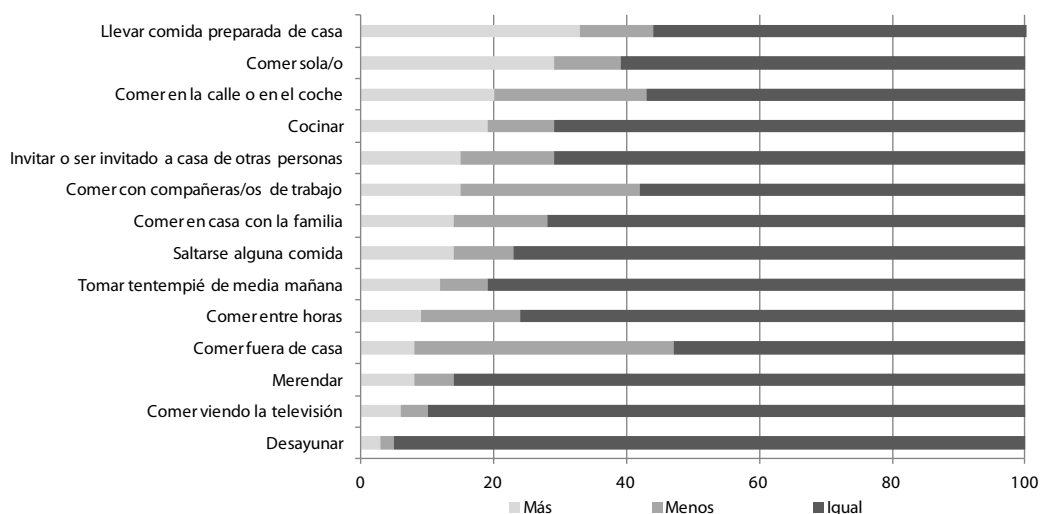
el de comer los alimentos que se llevan preparados de casa. Tradicionalmente, este hábito tuvo una difusión en España restringida a personas de niveles bajos de renta y en contextos laborales singulares, como en el campo o en la construcción. Actualmente, ya una de cada cuatro personas come de esta manera alguna vez.

La frecuencia de otras actividades indica un nivel apreciable de ruptura con el patrón de las tres comidas al día, con un tercio de personas que se saltan alguna comida o que comen entre horas; mucho más frecuente es la toma de un tentempié a media mañana; y aún más frecuente, la merienda. También aumenta la frecuencia con respecto a hace cinco años del hábito de comer viendo la televisión, algo que practican tres de cada cuatro personas. Esto confirma que, para la gran mayoría, la comida no es un acto en el que la interacción se circunscribe a los comensales presentes.

Así pues, la permanencia casi universal del hábito de realización de comidas en casa y en familia se está haciendo compatible con frecuencias altas de comidas en otros espacios sociales. El hábito más extendido de todos, y probable-

GRÁFICO 10

CAMBIOS EN LA FRECUENCIA CON LA QUE REALIZAN CIERTAS ACTIVIDADES O FORMAS DE COMIDA RESPECTO A HACE CINCO AÑOS (EN PORCENTAJE¹)



¹ Total: entrevistados que afirman realizar estas prácticas alguna vez.

Pregunta: "¿Cuáles de las siguientes actividades realiza ahora más a menudo, menos a menudo o igual que hace cinco años?"

Fuente: ENHALI-2012.

mente el más difundido ya en las últimas décadas, es el de realizar comidas como invitado o anfitrión de otras personas, una actividad que solo una de cada diez personas afirma no realizar. También es muy reducida la frecuencia de quienes declaran no realizar comidas fuera de casa, que son dos de cada diez personas. Una cifra algo menor arrojan las respuestas de quienes sostienen que nunca cocinan, lo que indica que la participación en esa actividad está ya muy extendida, aunque no lo sea de forma regular.

Hay otro hábito que merece un comentario por su singularidad: más de la mitad de la población, cerca de seis de cada diez personas, afirma comer sola más ahora que hace cinco años. Es ya una cifra muy apreciable y que responde a uno de los cambios más intensos en hábitos de comida. Cuando se comparan aquellos hábitos que se practican “más que hace cinco años” y los que se practican “menos que hace cinco años”, resulta muy interesante comprobar que son las actividades que rompen con la pauta de comida en casa y en familia las que están cambiando a un ritmo más intenso (gráfico 10). A pesar de su aún escasa difusión, llevar comida preparada de casa es la modalidad de comida que más ha incrementado su frecuencia recientemente, con un tercio de personas que recurren más a ella que hace cinco años. Un aumento similar se aprecia en el hábito de comer solo, y también el de cocinar aumenta de manera apreciable.

Los cambios en la dirección de hábitos que se abandonan parecen concentrarse en las actividades que suponen un coste económico mayor, de lo que puede conjeturarse que son mayoritariamente reacciones a las pérdidas de renta ocasionadas por la crisis económica. La que más se reduce es comer fuera de casa: un 38,7 por ciento de los encuestados afirma haber reducido la frecuencia respecto a cinco años atrás. Le sigue en intensidad de reducción el comer con compañeros de trabajo, algo que ahora hacen menos frecuentemente un 27 por ciento de los encuestados.

Al poner estos cambios de hábitos en relación con la situación de los entrevistados respecto a la actividad económica, se encuentran las mejores claves de su explicación (Díaz Méndez, 2013, capítulo 4). Es la condición de estudiante la que protagoniza el cambio de hábitos que más se difunden, y la de parado u ocupado la responsable del cambio de los que más se abandonan. Los estudiantes llevan comida preparada de casa

y comen solos con mayor frecuencia que cualquiera de los grupos en otras situaciones, y, sobre todo, son ellos quienes están adoptando esas formas de comida de un modo mucho más rápido. Casi la mitad de los estudiantes (nos referimos a los mayores de 18 años), en concreto un 46,5 por ciento, comen solos más habitualmente que hace cinco años, y casi un tercio de ellos, un 29,8 por ciento, llevan en mayor medida que antes comida preparada de casa para comer; las personas ocupadas frecuentan ahora más esos respectivos hábitos en un 19,7 por ciento y un 11,9 por ciento, una cifra algo superior a la del conjunto de la población.

Con respecto a los hábitos que más se abandonan, es el grupo de parados el que explica buena parte de ese cambio. La mitad de los parados, un 49,2 por ciento, come fuera de casa menos que hace cinco años, algo que les ocurre en una proporción alta pero mucho menor, un 33,7 por ciento, a las personas con empleo. En el caso de la comida con compañeros de trabajo, la realizan menos que antes una cuarta parte de los parados y solo uno de cada diez de los ocupados. El abandono de ciertos hábitos se puede atribuir al aumento del número de parados y, seguramente, a las pérdidas de renta y a la inseguridad asociada a esa situación. Las frecuencias con las que parados, ocupados y estudiantes admiten practicar menos los hábitos de comer fuera de casa o con compañeros de trabajo así lo muestran. Sin embargo, la condición de joven y estudiante, que implica compromisos horarios fuera del hogar (y a veces horarios variables), es la que explica el grueso de los cambios en los hábitos que más se difunden, y también una buena parte de los que se abandonan.

5. CONCLUSIONES

Los hábitos alimentarios de los españoles que muestran los resultados de la ENHALI-2012 permiten confirmar que el hogar sigue siendo central en la alimentación cotidiana y que comer es una actividad con una clara dimensión social: las necesidades alimentarias se resuelven en el hogar, se busca comer en compañía, se prepara la comida para el grupo y se aprenden y transmiten las destrezas culinarias en familia. Es más, cuando se come fuera de casa, las diferencias no son sustanciales en cuanto a las relaciones socia-

les vinculadas a la alimentación y, aunque una parte de este comportamiento está ligado a la obligación laboral, no se prescinde de la relación social ligada a la comida. Estos rasgos muestran unos hábitos alimentarios continuistas con los patrones alimentarios tradicionales, lo cual no indica que no estén abiertos a nuevas formas de comer y que no se atisben algunas vías de transformación.

En primer lugar, el aumento de la comida en solitario es una pauta que convive con el predominio de la comida familiar, introduciéndose poco a poco en el hábito más general de comer en casa y en familia. Al ser uno de los hábitos que más aumenta, y especialmente entre los más jóvenes, puede constituir un elemento de transformación del hábito más tradicional de comer acompañado.

En segundo lugar, las necesidades alimentarias de los individuos se resuelven en el hogar, y para ello es imprescindible la preparación colectiva de la comida, que se sustenta, muy en particular, en el trabajo doméstico femenino. La creciente participación masculina en la cocina está mostrando una vía de cambio interesante, que puede indicar tanto una modificación del hábito como una reducción de las diferencias de género en las responsabilidades alimentarias. El perfil de estos hombres, jóvenes y formados, muestra la tendencia previsible de transformación.

En tercer lugar, la familia sigue siendo la que enseña a cocinar, a unos y a otras, por lo que la continuidad de los saberes tradicionales parece estar asegurada. Sin embargo, es evidente la distinta orientación de la actualización o renovación de los conocimientos alimentarios, que se sustenta, en buena medida, en agentes externos al hogar. No se puede afirmar que los nuevos medios de aprendizaje vayan a ofrecer necesariamente una ruptura con los conocimientos tradicionales, pero es posible que sean estos nuevos agentes de socialización alimentaria los que sustenten la transformación de los hábitos y, por tanto, su continuidad o su ruptura.

En cuarto lugar, comer fuera es, en cierto modo, una prolongación del hábito doméstico, que no se individualiza por el hecho de resolverse fuera del hogar. Es un acto ligado a las relaciones sociales, y aunque para una parte de

la población constituya una exigencia vinculada al empleo, se efectúa en compañía y principalmente en los locales de restauración comercial. Además, es claramente una actividad recreativa cuando se desliga de la rutina laboral semanal. Ciertamente, aparece vinculada con la situación económica de los hogares, pues se reduce con la crisis más que ninguna otra conducta de las que se han explorado aquí, pero esta cuestión no le confiere un carácter instrumental. Comer fuera muestra, más bien, signos de distinción social, que pueden mantener los grupos menos afectados por la crisis, dado que recurren más a esta forma de comer aquellos mejor situados en la escala social.

En quinto lugar, parece ir en aumento una "vieja" conducta: llevar la comida preparada de casa y comerla fuera. No se puede afirmar que se trate de un comportamiento rupturista, por mucho que parezca un hábito específicamente extendido entre un colectivo nuevo: la población joven estudiantil. Parece un hábito que responde más que a una forma diferente de comer, a una manera nueva de valorar la alimentación: comida sana, barata, casera y adaptada a los compromisos horarios externos al hogar, que permite alimentarse fuera de él, sin prescindir de lo más positivo de la comida doméstica. Falta saber si se come o no con los que optan por esa misma modalidad de comida, o si estamos ante un acto solitario en el que se renuncia al elemento convivencial de la comida familiar.

En definitiva, el ámbito doméstico y no mercantilizado es en el que se resuelve mayoritariamente la alimentación cotidiana. Este es un entorno marcado por el predominio del grupo en las decisiones alimentarias y por la convivencialidad como elemento de unión. Si bien es cierto que algunos hábitos, aún minoritarios, son signos claros de transformación, su orientación no sigue la tendencia prevista por los analistas de la globalización alimentaria, ya que no desaparece la comida familiar, ni cede la relevancia del grupo, ni se mercantiliza la alimentación fuera de casa. Más bien parece que aquellos aspectos que generan diferenciación social, y que en España pudieran haberse intensificado por efecto de la crisis económica, siguen siendo factores decisivos para comprender las diferencias alimentarias.

BIBLIOGRAFÍA

CHENG, S.L.; OLSEN, W.; SOUTHERTON, D. y A. WARDE (2007), "The changing practice of eating: Evidence from UK time diaries, 1975 and 2000", *British Journal of Sociology*, 58: 39-61.

DAVIDSON, R. y A. H. GAUTHIER (2010), "A cross-national multi-level study of family meals", *International Journal of Comparative Sociology*, 51: 349-365.

DÍAZ MÉNDEZ, C. (coord.) (2013), *Hábitos alimentarios de los españoles*, Madrid, Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

DÍAZ, C. e I. GARCÍA (2012), "Tendencias en la alimentación contemporánea: la homogeneización del gasto alimentario en España y Reino Unido", *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 139: 21-44.

— (2014), "Eating practice models in Spain and the United Kingdom: a comparative time use analysis", *International Journal of Comparative Sociology*, (en prensa).

FISHLER, C. (1995), *El (h)omnívoro. El gusto, la cocina y el cuerpo*, Barcelona, Anagrama.

FONTE, M. (1998), "Food consumption models: Market time, tradition time", *International Technology Management*, 16: 679-688.

FRANK, J. y V. WHEELOCK (1988), "International trends in food consumption", *British Food Journal*, 90(1): 22-29.

GALLEGOS, D.; DZIURAWIEC, S.; FOZDAR, F. y L. ABERNETHIE (2011), "Adolescent experiences of 'family meals' in Australia", *Journal of Sociology*, 47: 234-260.

HERPIN, N. (1998), "Les repas comme institution, compte rendu d'une enquête exploratoire", *Revue Française de Sociologie*, 29: 503-552.

INE (2010), *Encuesta de Empleo del tiempo*, Instituto Nacional de Estadística.

KREMMER, D.; ANDERSON, A.S. y D.W. MARSHALL (1998), "Living together and eating together:

Changes in food choice and eating habits during the transition from single to married/cohabiting", *The Sociological Review*, 46 (1): 48-72.

LÓPEZ MARTÍN-LAGOS, M.D. (2011), "Consumption and modernization in the European Union", *European Sociological Review*, 27: 124-137.

LUPTON, D. (1996), *Food, the Body and the Self*, Londres, Sage Publications.

MESTDAG, I. e I. GLORIEUX (2009), "Change and stability in commensality patterns: A comparative analysis of Belgian time-use data from 1966, 1999 and 2004", *Sociological Review*, 57: 703-726.

MURCOTT, A. (1982), "On the social significance of the "cooked dinner" in South Wales", *Social Science Information*, 21: 677-696.

RIZTER, G. (1996), *La Mcdonalización de la sociedad: un análisis de la racionalización en la vida cotidiana*, Barcelona, Ariel.

WARDE, A.; CHENG, S.L.; OLSEN, W., y D. SOUTHERTON (2007), "Changes in the practice of eating: A comparative analysis of time-use", *Acta Sociológica*, 50: 365-87.

Alimentación, trabajo y género. De cocinas, cocineras y otras tareas domésticas

MABEL GRACIA-ARNAIZ*

RESUMEN¹

En este artículo se muestra, por un lado, cómo se ha ido atribuyendo la responsabilidad de la alimentación doméstica en tanto que elemento constitutivo de la feminidad y, por otro, cómo ciertos cambios estructurales producidos en la sociedad española en las últimas décadas han afectado al contenido de los trabajos y cuidados relacionados con la comida cotidiana. En particular, se analizan los condicionantes debidos a la introducción de *alimentos-servicio* y electrodomésticos en el espacio culinario, a la multiplicación de actividades extradomésticas y la diversidad horaria, así como a la escasa participación de los miembros del hogar en la resolución de las comidas diarias.

1. INTRODUCCIÓN

Dándole la vuelta al famoso aforismo alemán, se puede afirmar que *comemos lo que somos*; asumimos con ello que la alimentación está condicionada por nuestro carácter biológico y psicosocial (Gracia, 2002). Así, junto a factores como la condición omnívora o genética, otros de carácter sociocultural, como la clase social, la

edad, el género o el grupo étnico están determinando, a su vez, el acceso, la disponibilidad, las opciones o las preferencias alimentarias. Comemos aquello que nos sienta bien, ingerimos alimentos que son atractivos a nuestros sentidos y que nos dan placer, llenamos la cesta de los productos que nos permite nuestro bolsillo, servimos o nos sirven comidas según si somos mujeres u hombres, niños o adultos, pobres o ricos, y elegimos o rechazamos alimentos a partir de nuestras experiencias diarias y de nuestras ideas dietéticas, religiosas o filosóficas. Alimentar es intercambiar, comunicar, nutrir, cuidar... Las mujeres, en parte por condición fisiológica y en parte por condicionantes culturales, son quienes acostumbran a alimentar a las personas durante los primeros meses de la vida y quienes, en numerosos contextos, acaban velando por su alimentación mientras permanecen en el grupo familiar o, incluso, después.

El aumento de la presencia de las mujeres españolas en el mercado de trabajo a partir de la segunda mitad del siglo pasado constituye uno de los cambios más importantes sucedidos en la historia reciente, y ha supuesto la visibilización de un conjunto de actividades transcendentales que han hecho posible la reproducción física y social de las sociedades industrializadas, conocidas formalmente como trabajo doméstico y de cuidados (Torns y Recio, 2013). Dichas actividades (y los saberes en ellas implícitos) tienen como escenario físico y simbólico no solo el hogar o ámbito doméstico (y las extensiones especiales que se derivan), sino la familia, y cumplen con el objetivo de facilitar la disponibilidad laboral de los adultos masculinos, en particular, y del bienestar cotidiano a los convivientes del

* Universitat Rovira i Virgili, Medical Anthropology Research Center (Tarragona) (mabel.gracia@urv.cat).

¹ Este artículo se enmarca en una línea de estudios etnográficos más amplia sobre maneras de comer y cambio social que, iniciada a principios de la década de los noventa con mi tesis de doctorado (Gracia, 1996), continúa desarrollándose hoy dentro del proyecto "Comer en tiempos de 'crisis': nuevos contextos alimentarios y de salud en España" (Plan Nacional I+D, CSO2012-31323, 2013-2015). Para una revisión sobre el tema puede consultarse Gracia (1996 y 2009) y Gracia y Contreras (2012).

núcleo familiar, en general. Las tareas incluyen las relacionadas con la compra, limpieza, cocina, atención y cuidado de los pequeños y personas dependientes, así como las actividades relacionadas con la gestión y organización del grupo doméstico, entre otras. Los saberes y habilidades vinculados al trabajo doméstico y los cuidados, entre los que está la alimentación, han permitido nombrar, contar y facilitar el reconocimiento de las aportaciones de las mujeres al trabajo y la vida económica. Asimismo, dan cuenta de las desigualdades que afectan a las mujeres en relación con los hombres, tanto en el mercado de trabajo como en la vida cotidiana.

Con frecuencia, pero no siempre con razón, ese aumento de la presencia de las mujeres en el mercado ha servido para explicar las principales transformaciones de la alimentación cotidiana (Gracia, 1996) y, a menudo, se ha utilizado para justificar el empeoramiento de los hábitos alimentarios de los españoles, al relacionar la mayor ausencia de las mujeres en el hogar con la desestructuración de la alimentación y la pérdida de conocimientos y habilidades culinarias. En este artículo se ilustra la complejidad y el alcance de dichos cambios, y el papel que han desempeñado la tecnología y el uso social del tiempo en ellos.

2. ALIMENTACIÓN, CULTURA Y GÉNERO

Estudios antropológicos han puesto de manifiesto que, en numerosas culturas, las relaciones de género e identidad se construyen, en parte, en torno a actividades centradas en la alimentación, en tanto que estas estructuran la organización social, el sistema económico-político e ideológico (Moore, 1991). Así, por ejemplo, entre hombres y mujeres de muchas culturas, la relación que establecen con los alimentos constituye tanto un signo de diferenciación como un canal de conexión. Entre los Culina de la Amazonia suroccidental, hombres y mujeres establecen identidades distintivas, así como interdependencia socioeconómica a través de la producción y distribución de alimentos. Una clara división sexual del trabajo sitúa a las mujeres en las tareas agrícolas, y a los hombres en la caza. Los sexos son identificados con los diferentes productos de su trabajo, las mujeres con los vegetales y los hombres con la carne, mientras que el matrimonio implica intercambios recíprocos de “comida por comida”: carne por productos cultivados

(Pollock, 1998). Del mismo modo, estos trabajos confirman que el control de la producción, distribución, preparación y consumo de alimentos contribuye, de diferentes maneras, a definir el poder social y la posición que hombres y mujeres tienen en cada sociedad (Counihan, 1999). En Japón, Allison (2013) muestra cómo las madres, a través de la meticulosa preparación del almuerzo para sus hijos, reproducen la ideología dominante del Estado: diariamente, las madres deben hacer una comida saludable y placentera, y los niños, en compañía del resto de compañeros, comérsela en su totalidad bajo la “mirada” vigilante de la institución educativa. En numerosos países, por otro lado, los datos sobre la distribución alimentaria intrafamiliar, especialmente entre las clases bajas, indican claramente un perjuicio para las mujeres, quienes, en situaciones de dificultades en el acceso y la disponibilidad de comida, acostumbran a comer menos (Dufour *et al.*, 1997). De hecho, la subnutrición de mujeres y niños en la historia de la clase obrera europea ha sido recurrente hasta hace escasas décadas (Carrasco, 1992: 21).

Las mujeres han sido y son, etnográfica e históricamente –si exceptuamos aquellas que forman parte de los grupos de élite en las sociedades diferenciadas– las personas responsables de la alimentación cotidiana, especialmente en relación con las tareas de aprovisionamiento y preparación de las comidas familiares (Murdock y Provost, 1973). Refiriéndose a la tarea de cocinar, Mennell (1985) demuestra que, en la mayoría de culturas, y a través del tiempo, las mujeres se asocian a la cocina doméstica diaria, mientras que, en las sociedades donde aparece una cocina diferenciada, el rol del cocinero –el *chef*– es masculino. Del mismo modo, Goody (1995) argumenta que, ya en tiempos de la hegemonía egipcia, los hombres utilizaban las recetas cotidianas practicadas diariamente por las mujeres en sus grupos domésticos para conformar la cocina cortesana, caracterizada por un reconocimiento social que nada tenía que ver con el adscrito al trabajo alimentario diario. En los Estados y cortes euroasiáticas, la diferencia entre la gran y pequeña cocina tendía a confundirse con la cocina masculina y la cocina femenina, respectivamente. De este modo, mientras que en estos contextos los hombres son *chefs*, las mujeres son *cocineras*. De hecho, algunos de los célebres *shows* de cocina programados en las televisiones de todo el mundo sirven para representar la masculinidad, asociando las ideas de poder, autoridad y posesión al trabajo del *chef* (Holden, 2013).

2.1. La cocina doméstica: un trabajo de mujeres

Aunque esta dicotomía entre una cocina diaria, normalmente hecha por mujeres, y una cocina especializada, a menudo a cargo de hombres, sirve, de entrada, para cuestionar los fundamentos naturalizados de ciertas adscripciones, la responsabilidad femenina de la alimentación cotidiana tiene que ver con lo que se considera una transmisión *de hecho* de los trabajos de la casa a las mujeres y, en particular, con la asunción del cuidado de los miembros del grupo. Mennell *et al.* (1992) constatan que, en la división del trabajo doméstico de las sociedades industrializadas, la alimentación cubre múltiples actividades, tales como la producción, el aprovisionamiento y las compras, el almacenaje y la conservación, la preparación y el cocinado, el servicio y el lavado/recogida de utensilios, el reciclaje de las sobras, así como tareas de horticultura, préstamos e intercambios. Responden, además, a actividades menos obvias –que no menos importantes– como el control de calidad, la cronometración del tiempo o la satisfacción entre cliente (consumidor)/trabajador (ejecutor de tareas). Por ese motivo, estas actividades, junto con otras diarias (la colada, el cuidado de los niños, la fregada, etc.), constituyen una verdadera ocupación, además de un trabajo productivo. La idea por la cual estas sociedades empiezan a pensar en términos de los dos roles de las mujeres (trabajo doméstico y extradoméstico) da paso a un reconocimiento de la doble carga/trabajo que sobrellevan muchas de ellas. De hecho, numerosas mujeres continúan acarreado la responsabilidad de la adquisición y preparación de las comidas domésticas, aun cuando son asalariadas a tiempo completo (Pedrero, 2002). Es más, en contextos rurales de los países en transición, donde con frecuencia los hombres emigran a las grandes ciudades en busca de trabajo asalariado, las mujeres no solo se quedan a cargo de las actividades agrícolas que ellos hacían, sino que son las receptoras de los programas de soporte/activación económica de las organizaciones civiles y del Estado, cuyo seguimiento y ejecución acostumbra a constituir un “tercer” trabajo (Pérez-Gil y Gracia, 2013).

Es cierto que los contenidos de las tareas del hogar se han transformado sustancialmente en las últimas décadas. Capatti (1989) relaciona la delegación de ciertos roles femeninos respecto del hecho alimentario doméstico con la emergencia de las grandes ciudades. Según él, el rol de

la cocinera empieza a cuestionarse en beneficio del restaurador ya a inicios del siglo XX, cuando la ciudad-metrópolis modifica el apetito urbano, al mismo tiempo que la oferta restauradora se amplía cada vez a más personas, normalmente hombres, que centran sus actividades lejos del grupo doméstico. La imagen de la familia reunida en torno a la mesa se cambia por la comensalidad de los colegas y compañeros de trabajo o los compañeros de escuela. Capatti habla de un intercambio de roles (mujer *versus* restauración e industria) para comprender la modernidad culinaria. Compara la perfección familiar en referencia a los menús, sabores, comensalidad, etc. –solo interrumpida, según él, cuando el ama de casa se pone enferma o la asistenta se indispone– con el comportamiento improvisado del hombre que vive independiente, propenso al uso de conservas y platos precocinados. Este individuo busca las habilidades culinarias atribuidas a las mujeres y su servicio en la industria alimentaria, convirtiendo a esta última en su compañera fiel.

Sin embargo, se ha de tener cuidado a la hora de generalizar. No todas las mujeres asumen responsabilidades en el ámbito de la alimentación, ni todas las delegan o comparten tan rápido como plantea Capatti (1989). La repercusión de las transformaciones socioeconómicas y tecnológicas afecta de forma diferente al colectivo de mujeres, dadas las diferencias sociales existentes. Estas diferencias son muy notables según la clase social y la edad (Moore, 1991) y según el tipo de ocupación o nivel de estudios (Hupkens, 2000). Las mujeres no constituyen una clase homogénea a nivel de circunstancias o condiciones, ni intra ni interculturalmente, y los contenidos de la responsabilidad se ven afectados por esas variables. Un estudio significativo en esta línea es el de Van Otterloo y Van Ogtrop (en Mennell *et al.*, 1992). Las autoras evalúan las diferencias entre creencias y prácticas de madres de niños holandeses de educación primaria, pertenecientes a tres clases sociales diferentes, y concluyen que ciertas actitudes de las mujeres respecto de la alimentación dependen de la posición estructural que ocupan en la sociedad. En los resultados, aparece que aquello que se entiende por comida “buena” (aceptable y apetecible), gustos, imagen y control del cuerpo, forma parte de un complejo diferenciado de sentimientos y actitudes hacia la comida que muestran un sutil rango de variaciones de acuerdo con la clase social. Por ejemplo, las madres pertenecientes a los estratos altos parecen imponer unas normas más estrictas en la mesa familiar que las madres de estratos más bajos.

Por otro lado, el hecho de que, en la mayoría de las sociedades, las mujeres se responsabilicen del aprovisionamiento, de la preparación y del servicio de los alimentos, tampoco significa que determinados aspectos de esta actividad no sean asumidos o desempeñados por hombres, quienes, a su vez, son receptores de los valores, gustos y prácticas alimentarias transmitidos/adquiridos en el grupo doméstico. Hay trabajos que ilustran que la producción, transformación y preparación de los alimentos forman parte de tareas efectuadas habitualmente por los hombres (Lepowsky, 1994; Hewlett, 1991). En diferentes sociedades, los hombres pueden participar en alguna de las fases que preceden al cocinado e, incluso, en el cocinado mismo. Sin ir más lejos, en las sociedades populares o gastronómicas vascas habitualmente son los hombres quienes cocinan para amigos o familiares (Medina, 2005).

En relación a los contenidos del trabajo alimentario cotidiano, y entendiéndolos como un conjunto de actividades que expresan claramente la desigualdad entre géneros en la esfera doméstica, Kerr y Charles (1986) señalan que uno de los aspectos más importantes ofrecidos por las mujeres en la ejecución de estas tareas es el servicio: las mujeres acostumbran a servir, y los hombres a ser servidos. Se trata de un trazo, sobre todo, cualitativo que se hace más evidente en las fases de la preparación y presentación de la comida. El servicio también puede variar su estilo, su forma, según la clase social y la edad, desde delegarlo a cocineros y criadas, entre los estratos más altos, hasta compartirlo paritariamente entre las parejas más jóvenes.

2.2. Cocinar hoy: tecnología, tiempo y servicio

La introducción de nuevas tecnologías en el ámbito doméstico, así como también el hecho de que las mujeres se hayan incorporado de forma generalizada al mercado de trabajo o prolonguen su participación en él más allá del matrimonio o de la maternidad, han servido para definir las características de los contenidos y las prácticas alimentarias actuales (Goodman y Redclift, 1991). En el caso de la alimentación, dichos cambios llevan a hablar, entre otros procesos, de la transformación tecnológica del equipamiento doméstico, de la proliferación industrial de comidas rápidas y cómodas o de conveniencia, de la ampliación de la oferta restauradora comercial y colectiva, de la concentración espacial y temporal de las compras o de la formalización de otros elementos

de apoyo, como la asistencia doméstica (Gracia, 2009). Entre las novedades más recientes, se encuentra la progresiva incorporación en la cesta de la compra de productos alimentarios rápidos y fáciles de preparar, cuya principal característica es, precisamente, que ofrecen servicio. Los artículos ofertados incorporan el entretenimiento y la laboriosidad de las fases de preparación de los platos y limpieza de la cocina, es decir, son *alimentos-servicio* que ahorran trabajo y tiempo (Fischler, 1995). Contreras (1993) señala que cuando las mujeres adquieren un *alimento-servicio*, por ejemplo la “ensaladilla rusa” congelada, normalmente no están comprando solo un plato preparado, sino el tiempo y el esfuerzo que necesitan para dedicarlo a otros trabajos. Así, los productos listos para servir pueden ahorrarles tiempo en la preparación además de los aspectos sucios del tratamiento de las materias primas (pelar, cortar, triturar). Evitan los trabajos culinarios menos cualificados y, eventualmente, también los especializados.

Por su parte, las innovaciones tecnológicas proveen a los hogares de electrodomésticos que han transformado asimismo las maneras de llevar a cabo los trabajos alimentarios y el tiempo dedicado a ellos. Sin embargo, la intrusión de la moderna tecnología en los ingredientes, los utensilios y el espacio culinario proporciona un ambiguo y parcial desahogo de la doble o triple carga. La incorporación de tecnología doméstica puede significar la creación de una plusvalía que permite a las mujeres trabajar fuera de casa, así como, sin pagarles, cuidar de los niños o abuelos y del hogar. Pero diferentes investigaciones demuestran que el aligeramiento de las cargas domésticas originado por la revolución tecnológica perpetúa la capacidad de las mujeres para soportar los demás compromisos remunerados. Por tanto, las *libera* para que dediquen su tiempo a otros trabajos. Murcott (1983) prefiere mantener la idea de que los avances en la cocina doméstica simplifican y complican a la vez los trabajos femeninos y, sobre todo, no los anulan.

Esta matización es importante, porque conviene destacar que las mujeres –madres, esposas, hijas, etc.– que se ocupan, además, de otras tareas extradomésticas remuneradas, no abandonan la cocina porque la industria les haya tomado el relevo en ese espacio (Gracia, 2009). Esta es una falsa idea que se viene reproduciendo desde hace décadas. Los alimentos procesados pueden ahorrar tiempo o tareas pesadas,

pero esos avances se corresponden con un incremento del nivel de exigencias, de modo y manera que las cocineras de los grupos actuales deben saber más acerca de la calidad de los ingredientes, de la preparación de los platos, de la composición de las comidas y técnicas de preparación o de las modas. Paradójicamente, este aprendizaje más amplio puede ser percibido como una desvalorización del trabajo doméstico, ya que, mientras se aprenden nuevos conocimientos, el manejo de nuevas máquinas y formas de cocinar puede provocar una pérdida de creatividad y de las habilidades anteriores. El incremento del nivel de exigencias se deduce fácilmente del análisis de los libros de cocina, de las revistas especializadas o de las recetas que aparecen en los *blogs* culinarios en Internet, que siguen destinados fundamentalmente a las mujeres “ocupadas”, aunque cada vez más también a los hombres². Por otro lado, aceptar que la reciente expansión de la tecnología y de los productos alimentarios de “conveniencia”, rápidos y fáciles de preparar, permite un cambio en las tareas de la casa no significa que la posición preeminente de las mujeres en la preparación y el servicio de las comidas domésticas se modifique, así como su centralidad en el hogar y en las actividades familiares.

En general, se puede afirmar que estos procesos han redefinido –*aligerado/agilizado*– el contenido de las tareas alimentarias cotidianas

y han implicado una variación de las prácticas alimentarias cotidianas en relación al tiempo dedicado, al despliegue de estrategias, a los contenidos de los trabajos o a la reformulación de los conocimientos y habilidades. Sin embargo, la mayor permanencia de las mujeres en el mercado de trabajo, por un lado, y el aumento de mecanismos de servicio para *aligerar y agilizar* las tareas alimentarias, por otro, no han variado el hecho de que la responsabilidad en materia de alimentación cotidiana del grupo doméstico siga siendo principalmente femenina. En efecto, las mujeres continúan asumiendo la responsabilidad familiar en la planificación de la compra, la adquisición y el almacenaje de los alimentos, la preparación de las comidas, el servicio de la mesa o la recogida de los utensilios de cocina. Para muchas mujeres, los cambios registrados no se han correspondido necesariamente con transformaciones significativas en la compartición de las tareas alimentarias con otros miembros del grupo doméstico.

3. USO SOCIAL DEL TIEMPO, TRABAJOS ALIMENTARIOS Y PARTICIPACIÓN

El tiempo, desde una dimensión social, se ha convertido en la clave para visibilizar más claramente el trabajo doméstico (Durán, 2003).

CUADRO 1

DISTRIBUCIÓN DE ACTIVIDADES EN UN DÍA PROMEDIO (EN HORAS Y MINUTOS)

Actividades	Varones 2002-03	Varones 2009-10	Mujeres 2002-03	Mujeres 2009-10
Cuidados personales	11:24	11:35	11:21	11:29
Trabajo remunerado	3:37	3:03	1:44	1:53
Estudios	0:42	0:47	0:43	0:47
Hogar y familia	1:30	1:50	4:24	4:04
Trabajo voluntario y reuniones	0:11	0:11	0:16	0:15
Vida social y diversión	1:32	1:01	1:27	0:57
Deportes y actividades al aire libre	0:56	0:49	0:39	0:33
Aficiones e Informática	0:27	0:44	0:12	0:23
Medios de comunicación	2:25	2:45	2:08	2:33
Trayectos y tiempo no especificado	1:15	1:14	1:05	1:07

Fuente: INE (http://www.ine.es/prensa/eet_prensa.htm).

² No hay que menospreciar el *boom* de los *blogs* de hombres que acuden diariamente a Internet a compartir sus recetas. Destaca *El cocinero fiel*, cuya página ha superado los seis millones de visitas.

En este sentido, hay que destacar la labor de los estudios que, no sin dificultades metodológicas, tratan de medir el uso social del tiempo para esti-

mar el trabajo no remunerado realizado fuera del hogar, así como el extradoméstico (Torns y Recio, 2013: 176). Los datos de las dos últimas Encuestas de Empleo del Tiempo (2002-3 y 2009-10) ilustran la desigual distribución de cargas entre hombres y mujeres. Ellas dedican más de cuatro horas diarias al trabajo doméstico y de cuidados, más del doble que ellos, mientras que estos últimos destinan al trabajo remunerado una hora y cuarto más cada día (cuadro 1). De estas encuestas se deduce, también, que en 2009-10 ambos se implican más en las tareas tradicionalmente desempeñadas por el otro género.

Por otra parte, en la Encuesta Nacional de Salud 2011-2012, el 35,36 por ciento de las mujeres y el 36,38 por ciento de los varones dijeron que realizaban las tareas del hogar compartiendo el trabajo con otra persona. Sin embargo, el porcentaje más alto de mujeres (44,53 por ciento) afirmó realizar en solitario las tareas del hogar (frente al 9,66 por ciento de los varones que contestaron lo mismo), mientras que casi la mitad de los hombres (48,37 por ciento) indicó que otra persona de la casa se ocupaba de las tareas del hogar (frente al 12,31 por ciento de las mujeres que dio esa respuesta).

3.1. El día y sus 24 horas

En el ámbito doméstico, las comidas de diario son una obligación cotidiana a menudo cuestionada por otros constreñimientos sociales. El uso particular del tiempo incide en la reestructuración de las prácticas alimentarias, y no necesariamente en el sentido más deseable ni más saludable (Gracia, 2009). El aumento del trabajo asalariado femenino, los transportes, la duración de la jornada de trabajo o de estudio y la diversidad de horarios que deben conciliarse en cada casa, hacen del tiempo una de las variables más importantes en las elecciones alimentarias. Durante las jornadas de trabajo, las horas necesarias para pensar la comida, comprarla o cocinarla compiten con las que se deben, o quieren, dedicar a otras tareas, de forma que la organización de la vida cotidiana ha dado paso, desde los años ochenta, a reducciones de las tareas y las horas dedicadas a la compra y preparación de la comida. Se concentran las compras, se recurre a los *alimentos-servicio*, a la restauración colectiva y privada, y se simplifican la estructura y los contenidos de las comidas. Estas medidas preten-

den ahorrar tiempo de preparación, de poner o quitar la mesa, evitar al máximo los guisos más engorrosos y la limpieza de utensilios. Se trata de gestionar, del modo más eficiente posible, la diversidad de horarios, necesidades y preferencias de los miembros del hogar. Y cómo no, de suplir habilidades y conocimientos allí donde no se pueden poner en práctica o, simplemente, no los hay.

La estructuración social del tiempo marca la vida diaria. En los hogares con niños crece la incompatibilidad entre horarios escolares y laborales porque la jornada lectiva se ha ido acortando o concentrando³ y porque la flexibilidad del mercado de trabajo ofrece horarios muy variables en fábricas, comercios y servicios. Como el Estado del bienestar español es limitado, y a raíz de la crisis de 2008 aún frágil, nunca se ha planteado seriamente un acuerdo global de cambio en los horarios laborales y comerciales para la conciliación familiar, ni se ha hecho ningún esfuerzo mediante las parrillas de programas de televisión, radio u ocio para adecuar nuestros horarios a los de los países europeos; esto es, iniciar la actividad entre siete y nueve de la mañana, cerrar fábricas y oficinas como muy tarde a las cinco, y el comercio, a las siete. En Europa, se almuerza de doce a dos, y se cena de seis a ocho, los niños se acuestan antes de las nueve, y los adultos en torno a las diez. En España, nos solemos acostar más allá de medianoche y numerosas encuestas indican que cientos de miles de niños ven la televisión a esa hora. Si el ocio nocturno europeo termina entre una y dos de la madrugada, aquí no cierra o lo hace más tarde. En este sentido, la creación en 2003 de la *Comisión Nacional para la Racionalización de los Horarios Españoles*, la publicación del libro blanco *España en Hora Europea* (2005) o los múltiples congresos realizados, no parecen haber tenido excesiva incidencia en los horarios laborales. Al contrario, su liberalización en el comercio está dificultando aún más la vida de miles de personas empleadas en este sector.

Los horarios escolares contribuyen, en ocasiones, a crear situaciones extremas: estudiantes que acaban su jornada escolar a las dos o a las cinco de la tarde han de ocupar su tiempo con actividades extraescolares porque en casa no

³ En diversas comunidades autónomas, la escuela pública ha optado por la jornada intensiva de 8 a 14:30 horas. En Catalunya este horario se aplica en muchos institutos de secundaria. Ello supone un *decalage* sustancial con respecto a la jornada laboral de los progenitores, mayoritariamente partida en turno de mañana y tarde.

hay nadie hasta las siete o las ocho. Las industrias culturales –sobre todo del deporte, de la formación artística, la informática o los idiomas– se han beneficiado de esta estructuración del ocio y del trabajo, ofreciendo productos y servicios para mantener ocupados a los niños. Además, la exigencia social de niños altamente competentes anima a muchos progenitores a llenarles el tiempo libre de materias que amplíen o mejoren sus conocimientos (música o inglés, por ejemplo), su seguridad (natación, kárate) o su forma física (fútbol, tenis, básquet). No es de extrañar que padres e hijos lleguen cansados a casa tras jornadas hiperactivas fuera, sabiendo que les quedan múltiples tareas en casa antes de irse a dormir. Por eso, en los fines de semana o los días festivos, el tiempo no cuenta del mismo modo, y la comida es, casi siempre, familiar o con amigos. Es el día para rentabilizar los libros de cocina, y hombres y mujeres pueden encerrarse la mañana entera para elaborar unos canelones caseros o una paella. Puede haber placer en cocinar, pero también es habitual preparar la mesa con comida “lista para llevar” o ir al restaurante. Las posibilidades hoy son múltiples.

Parece como si en nuestro país los hijos fuesen una “carga” económica y social difícil de soportar y, ante la posibilidad de planificar la vida familiar, muchos optan por retrasar el nacimiento de los hijos o renuncian a asumir esa responsabilidad⁴. El problema de muchos padres no estriba en que consideren a los hijos como una carga o los traigan al mundo por cumplir; más bien reside en que tenemos los horarios peor estructurados de la Europa occidental, dormimos menos horas, cobramos sueldos más bajos, tenemos precariedad laboral y el Estado del bienestar español, en políticas familiares, ha sido incapaz de ir más allá de promesas electorales incumplibles o demagógicas. Quizá eso contribuya a explicar la baja tasa de natalidad, el retraso en paternidades y maternidades a edades que dejan atrás la juventud y la opción de tener uno o dos hijos como máximo.

Con este panorama, la dificultad de organizar en casa una “política” alimentaria acorde con las recomendaciones nutricionales es considerable. En general, los desajustes horarios favorecen la flexibilización de las jornadas alimentarias, incluyendo la desconcentración de los menús, y

⁴ La tasa de fecundidad continúa siendo una de las más bajas de la UE. A pesar de que había aumentado por la mayor fertilidad de las madres extranjeras, desde 2008 no ha parado de descender, situándose en 2012 en 1,36, según datos del Instituto Nacional de Estadística.

animan al “picoteo” o a las “pequeñas comidas” y las “meriendas-cenas”, que se adaptan mejor a la cotidianeidad.

3.2. “Se cocina menos, se come más rápido”

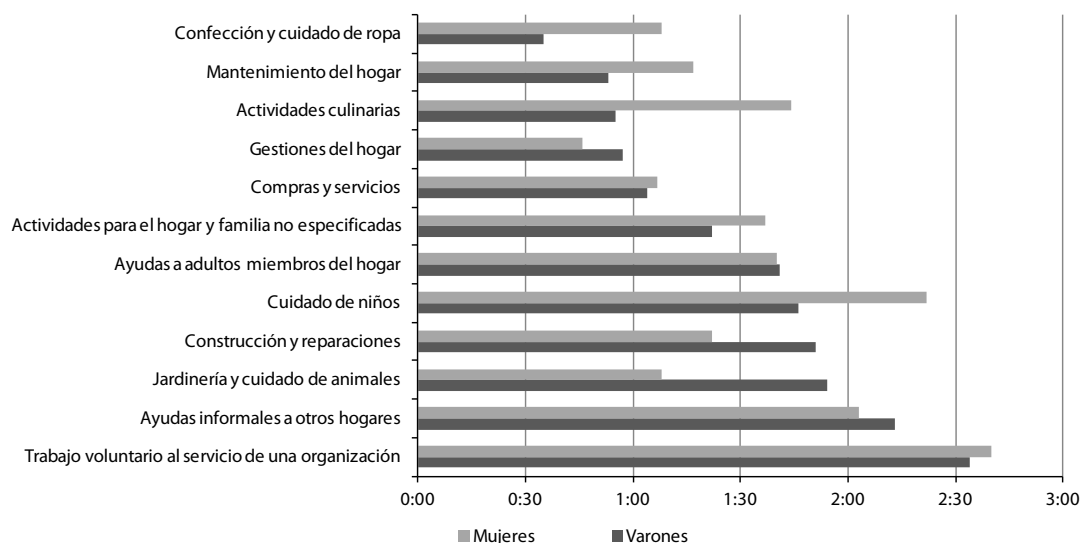
Es evidente que la articulación de tantas actividades extra e intradomésticas favorece una resignificación de la alimentación, a menudo convertida en un mero acto de consumo funcional –saciar el apetito o el aburrimiento– desprovisto de conocimientos y habilidades culinarias, más allá de seguir las instrucciones de uso impresas en el envoltorio de los precocinados. Si bien estamos obligados a comer para subsistir, el interés por “aprender a cocinar” entre las generaciones jóvenes y medianas es bajo (Gracia y Contreras, 2012). Coinciden en que “se cocina muy poco. Se come muy rápido. Todo se compra hecho”. Casi la mitad de la población lo asocia con “falta de tiempo”. Un 18 por ciento “intenta hacer la compra en un solo establecimiento”, otro 15 por ciento “come deprisa”, y a uno de cada diez le “falta tiempo para comprar”. Y son mayoría los que, afirmando que en su hogar deciden las compras y los menús “las madres” –esposas o compañeras–, atribuyen las nuevas maneras de comer a la progresiva incorporación de las mujeres al mercado de trabajo. Como si esta no se hubiera desplegado en paralelo a los cambios en las innovaciones agroindustriales, los lugares y horarios de trabajo o las estructuras familiares.

La familia, sea cual sea su forma, desempeña un papel de trasmisor de valores y lugar de identificación de roles de género. Aunque se dan cambios estructurales importantísimos en el trabajo doméstico, y un reparto distinto de las faenas por el mayor número de mujeres adultas que trabajan, ellas siguen siendo las responsables de la mayoría de tareas de la casa y les destinan más horas que los hombres. Según la Encuesta de Empleo del Tiempo 2009-10 (INE), en las tareas culinarias esta dedicación es muy superior. Ellas emplean casi dos horas al día (1:44h.) frente a los 55 minutos de los hombres (gráfico 1), y aunque se apunta cierta equiparación entre géneros respecto a la encuesta anterior, el porcentaje de mujeres que participan en las actividades culinarias casi dobla al de los hombres (80,5 frente a 46,4 por ciento) (gráfico 1).

La desigual participación, no obstante, es más sutil. Las estadísticas no desglosan todas

GRÁFICO 1

DISTRIBUCIÓN DE ACTIVIDADES EN UN DÍA PROMEDIO (EN HORAS Y MINUTOS)



Fuente: Encuesta de Empleo del Tiempo 2009-10 (INE).

las tareas relacionadas con la alimentación del modo descrito en el anterior apartado. Por ejemplo, no se trata solo de cocinar, sino también de pensar en qué hay que comprar, cómo, dónde y cuándo. Y no es solo *hacer*, sino organizar y sugerir a los otros miembros del grupo *qué deben hacer*. En muchos hogares, los hombres ayudan, pero no deciden ni administran las tareas, por eso el acceso generalizado de la mujer al mercado de trabajo ha tendido a empeorar su situación en términos de tiempo disponible.

La implicación en las tareas culinarias es muy diferente según la edad de las mujeres. En general, aumenta con la edad, siendo las más implicadas las cohortes entre 45 y 64 años, y las menos las de 12 a 17 años. En cambio, un tercio entre 18 y 24 reconoce no participar nunca, mientras que en las cohortes entre los 34 y los 64 años estos porcentajes oscilan entre el 12 y el 20 por ciento. Aun así, el 62,5 por ciento de la población afirma que “le gustaría aprender más” conocimientos y habilidades culinarias, mientras que un 11 por ciento dice saber “lo justo para salir del paso”, que sus conocimientos “son nulos” (9,2 por ciento), que no saben “porque nadie les ha enseñado” (8,9 por ciento) o porque “no les interesa” (8,1 por ciento). El mayor desinterés común

entre los jóvenes se debe a que apenas aprenden a cocinar durante la socialización familiar o escolar, y ven la cocina diaria como una actividad a la que hay que dedicar más tiempo, conocimiento y habilidades de los que disponen o quieren disponer para desarrollarla.

La distribución desigual de la participación y de la implicación en los procesos alimentarios es, por tanto, muy significativa. La mayoría de progenitores reconoce que sus hijos tienen poco interés por aprender y dan por sentado que estas tareas no son de su responsabilidad. Admiten que los hijos ayudan poco en casa, y se culpan por permitirlo, pero consideran que “no hay demasiadas opciones”, y confiesan que no saben qué hacer. De ahí la creciente ruptura generacional en la transmisión del saber-hacer alimentario. La desvalorización del trabajo doméstico, en general, y entre las mujeres, en particular, incrementa el desinterés por las tareas culinarias y desarticula las formas tradicionales de transmisión de saberes, ahora reemplazadas por libros, Internet o los medios de comunicación.

Esta situación se modifica cuando los jóvenes se emancipan total o parcialmente. Algunos guisan “por necesidad” y reconocen que les falta

pericia para administrar un presupuesto, saber qué y cuánto comprar o cómo y cuándo cocinarlo. Esta carencia de habilidades es una de las causas de la reestructuración alimentaria introducida por las nuevas generaciones, en las que la responsabilidad sobre dichas tareas comienza a repartirse más entre mujeres y hombres, especialmente entre aquellos con un nivel de estudios superior. La situación de falta de competencias culinarias por ambas partes parece facilitar una mayor corresponsabilización.

Las mujeres españolas jóvenes ya no se socializan para ser amas de casa y cocineras. Muchas no han tenido que colgar el delantal porque nunca se lo han puesto. Aunque siguen describiendo a sus madres como las encargadas de guisar, muchas aprenden a hacerlo por su cuenta y no pocas en los pisos de estudiantes. Cuando se emancipan, las tareas de cocina no las hacen igual que sus madres. Fuera de la casa familiar, sus patrones de alimentación cambian y no es infrecuente que en su estrenada independencia les guste mirar "los libros de recetas y probar a hacer alguna". O que, ante su falta de habilidades, aprendan a base de ensayo-error. Esta cocina, que nace de la voluntad de aprender y alejarse de las normas familiares, abre un espacio de libertad y creación, permitiendo a las jóvenes inventar o transformar recetas.

En general, a los hombres les interesa menos que a las mujeres aprender a cocinar. Un 15,8 por ciento dice que no les han enseñado y un 14 por ciento que no saben, cifras que, entre las mujeres, disminuyen hasta el 1,9 por ciento y el 4,2 por ciento, respectivamente. Pero el 84,9 por ciento de las mujeres quiere aprender, frente a solo el 40,2 por ciento de los hombres, principales consumidores de guías gastronómicas, restaurantes especializados y productos de gama alta. Sin embargo, este consumo aparentemente no incrementa su saber culinario, ni su presencia diaria ante los fogones. Algunos varones, con más frecuencia entre los adultos de 25 a 45 años y con un nivel de estudios superior, dicen saber cocinar, pero la mayoría solo lo hace en ocasiones especiales, no cada día.

3.3. La alimentación cotidiana: algo más que un trabajo

La mayor dedicación de las mujeres a las tareas alimentarias se produce, en buena parte,

por las dificultades que encuentran en delegarlas. Por un lado, es cierto que no todas las tareas domésticas se valoran por igual, y algunas incorporan un *factor de reconocimiento y gratificación* (Gracia, 1996 y 2009). Así, las relacionadas con la limpieza, en general, son las que menor reconocimiento y gratitud comportan: barrer, fregar, quitar el polvo o planchar. Por el contrario, la cocina es una de las tareas que más se valora del trabajo doméstico, incluso entre los hombres, algunos de los cuales asocian esta tarea a la creatividad y el placer.

Ahora bien, es necesario definir qué se entiende por cocinar, en la medida en que determinadas partes del proceso culinario son menos agradables o relevantes, como la limpieza de los alimentos (pescado, carnes o verduras), el almacenaje y la conservación de los productos, el lavado de los utensilios, la recogida de basura o el mantenimiento de la limpieza de la cocina y, en consecuencia, no se vinculan con ese reconocimiento o placer. En este sentido, el interés se centra, sobre todo, en las fases de adquisición, preparación y cocinado, y en las comidas especiales o festivas. Cuando las mujeres responsables de la alimentación cotidiana expresan que la cocina es menos ingrata que otros trabajos de la casa, no suelen referirse al reconocimiento verbal que puedan hacer los otros miembros del grupo doméstico por su esfuerzo y dedicación, ya que la felicitación es infrecuente cuando se trata de las comidas diarias. Las felicitaciones son más habituales en las ocasiones especiales o cuando se cocinan platos del gusto de alguno o de todos los miembros. La gratificación se relaciona, sobre todo, con la posibilidad de satisfacer ciertas necesidades fisiológicas, psicológicas y sociales a través de la alimentación. Estas tareas implican un conjunto de atenciones especiales hacia la salud física y mental de los miembros, tales como el crecimiento, la socialización o la identidad, que otras actividades de la casa no incorporan o lo hacen de una manera menos evidente. Por esta razón, el trabajo alimentario, junto con el cuidado de los niños, suelen recibir más consideración y aprobación por parte del grupo. Es más frecuente oír elogios en referencia a las excelencias de la cocinera que a las aptitudes de la persona que friega el suelo o limpia los sanitarios.

En segundo lugar, existe un *factor de complejidad y cualificación* vinculado a las actividades alimentarias. Se han de cumplir una serie de pasos previos antes de que un plato se ponga

en la mesa y se coma, tales como el acceso a los alimentos, la disponibilidad de medios para adquirirlos, la consideración de los gustos y las prescripciones dietéticas, el conocimiento en relación a ingredientes y técnicas de preparación y el tiempo disponible para cocinarlos. A la hora de compartir determinadas tareas entre los miembros del grupo doméstico, es común que las personas responsables del hogar deleguen aquellas que no implican un saber-hacer muy especializado y son más fáciles de ejecutar: la compra de determinados productos que acostumbran a ser siempre los mismos (bebidas, envasados, pan), el servicio de la mesa, la limpieza de la vajilla, el desecho de basuras o la preparación de los desayunos. Las mujeres acostumbran a delegar lo más fácil y lo más desagradable, cuando es posible, mientras que asumen los trabajos de mayor responsabilidad organizativa del conjunto, tanto en dedicación como en cualificación. Realizan actividades como la compra de productos específicos, la preparación y elaboración de las ingestas principales, el reciclaje de las sobras, la lista y los presupuestos. Por eso, en muchas ocasiones, cuando la responsable doméstica no está durante las horas de las ingestas principales, a menudo deja la comida a punto de ser consumida (comprada, preparada y cocinada) para que solo se tenga que calentar y servir.

En tercer lugar, hay que tener en cuenta un *factor de dispersión y frecuencia de horarios* asociado a las tareas alimentarias. Ello las hace menos adaptables a los posibles servicios de asistencia doméstica contratada que, por ejemplo, trabajos tales como la limpieza del piso, la plancha o la ropa. Estos últimos pueden posponerse y concentrarse en unas horas determinadas de la mañana o la tarde, indistintamente. Sin embargo, los horarios y la frecuencia de las comidas abarcan diferentes franjas del día. Por este motivo, también se delegan con más frecuencia a la asistencia doméstica asalariada el lavado de los utensilios de la cocina o la eliminación de basuras porque, además de ser trabajos menos agradables, no están tan sujetos a horarios como la preparación y el servicio de las comidas. Cuando se contratan horas de trabajo doméstico –con más frecuencia en grupos de clase media-alta–, los trabajos que se delegan con mayor frecuencia son barrer, quitar el polvo, fregar el suelo, lavar y planchar la ropa, limpiar los cristales, los armarios de cocina y los baños, antes que comprar alimentos, preparar desayunos y comidas o dar de comer a los niños, salvo si la asistente se encarga,

también, de los más pequeños. Cuando este servicio cubre un número considerable de horas diarias, también se suelen atribuir tareas relacionadas con las comidas.

La redefinición de los roles en el ámbito doméstico se produce, por tanto, en función de aquellas tareas inevitables y diarias que quedan por hacer: el cuidado de los niños y la alimentación, en general. Es entonces cuando puede darse una mayor participación masculina, que consiste en poner la mesa, preparar el desayuno, comprar, lavar los platos o sacar la basura, llevar a los niños a la escuela, vestirlos, darles de comer o cuidarlos en casa. Cuando los trabajos alimentarios son compartidos entre la pareja, los hombres preferentemente van a comprar, atienden la mesa o lavan los platos. Son las actividades alimentarias menos cualificadas. Estas prácticas más o menos generalizadas tienen que ver con el hecho de que durante las horas de las ingestas principales suele haber un mayor contingente de *manos libres*, y también con que las pequeñas compras se pueden hacer de camino a casa o en una tienda cercana al domicilio.

La pregunta que conviene formularse finalmente es la siguiente: si el trabajo alimentario más especializado se comparte poco entre los diferentes miembros del hogar, ¿quiénes llevan a cabo entonces las tareas alimentarias más cualificadas en el caso de que las mujeres no las realicen? La Encuesta de Empleo del Tiempo (2009-10) señala diferencias de dedicación de más de una hora diaria en las actividades del hogar y la familia, dependiendo de si estas mujeres tienen empleo remunerado o no. En relación a las tareas alimentarias (Gracia, 2009), las primeras emplean menos minutos diarios que las segundas, entre media hora y una hora y media frente a entre una hora y media y dos horas y media, respectivamente. Sin embargo, esta menor dedicación temporal registrada en los grupos en los que las mujeres trabajan fuera de casa no es apenas compensada por el incremento del tiempo que sus parejas, o el resto de miembros, invierten en las mismas tareas. ¿De dónde provienen, pues, los apoyos más significativos? Tal como hemos tratado de ilustrar a lo largo de este texto, hasta la fecha los principales soportes parecen provenir, antes que de la participación y corresponsabilización de otros miembros del grupo doméstico en la alimentación cotidiana, de las soluciones que se buscan en y fuera de casa: del equipamiento electrodoméstico y de *alimentos-servicio*,

del recurso a la restauración colectiva y privada y, en función de la clase social, de la asistencia remunerada.

4. REFLEXIÓN FINAL

Si bien es cierto que la mayoría de las fuentes estadísticas señalan una mayor confluencia en la compartición de las tareas domésticas y un recorte de la diferencia en el tiempo dedicado entre hombres y mujeres, en el caso de la alimentación todavía hoy la participación femenina sigue siendo notablemente superior. No queremos minimizar, sin embargo, que la progresiva compartición puede contribuir, a medio plazo, a organizar el trabajo doméstico y los cuidados de una forma socialmente más igualitaria entre los géneros. Sería deseable que esa disminución de las horas dedicadas a las tareas alimentarias no fuera solo producto, principalmente, del mayor uso de los *alimentos-servicio* –enlatados, congelados, precocinados–, de la contratación de prestaciones externas –restauración privada e institucional, asistencia domiciliaria– o de la adquisición de bienes –tecnología y ajuar– que hacen las mujeres para aligerar/agilizar el trabajo doméstico, especialmente aquellas que disponen de empleos remunerados o pertenecen a las élites. Sería más satisfactorio si esa superior corresponsabilización respondiera a las decisiones de hombres que cuestionan los modelos de socialización en los que han sido educados, y que les alejan de querer dedicar más tiempo a las actividades domésticas y al cuidado de sí mismos y de los demás. En este sentido, la alimentación cotidiana, al ser una de las tareas domésticas socialmente más reconocida, se sitúa en una posición óptima para protagonizar, en un futuro próximo, una dedicación más compartida.

BIBLIOGRAFÍA

ALLISON, A. (2013), "Japanese mothers and Obentos: The lunch box as ideological state apparatus", en: COUNIHAN, C. y P. VAN ESTERIK (eds.), *Food and Culture: A Reader*, Nueva York, Routledge: 154-172.

CAPATTI, A. (1989), *Le goût du nouveau. Origines de la modernité alimentaire*, París, Albin Michel.

CARRASCO, S. (1992), *Antropologia i alimentació: una proposta per a l'estudi de la cultura alimentària*, Bellaterra, Serveis de Publicació UAB.

CONTRERAS, J. (1993), "La nostra alimentació contemporània: dialèctica entre tendències contradictòries", *Revista d'Etnologia de Catalunya*, 2.

COUNIHAN, C. (1999), *The Anthropology of Food and Body, Gender, Meaning and Power*, Londres, Routledge.

DUFOR, D.L. (1997), "Living on the edge: Dietary strategies of economically impoverished women in Cali, Colombia", *American Journal of Physical Anthropology*, 102 (1): 5-15.

DURÁN, M.A. (2003), "El trabajo no remunerado en la familia", *Arbor: Ciencia, pensamiento y cultura*, 694: 239-268.

FISCHLER, C. (1995), *El (h)omnívoro: el gusto, la cocina y el cuerpo*, Barcelona, Anagrama.

GOODMAN, D. y M. REDCLIFF (1991), *Refashioning Nature. Food, Ecology & Culture*, Londres, Routledge.

GOODY, J. (1995), *Cocina, cuisine y clase. Estudio de sociología comparada*, Barcelona, Gedisa.

GRACIA, M. (1996), *Paradojas de la alimentación contemporánea*, Barcelona, Icaria.

— (coord.) (2002), *Somos lo que comemos. Estudios de alimentación y cultura en España*. Barcelona, Ariel.

— (2009), "¿Qué hay hoy para comer? Alimentación cotidiana, trabajo doméstico y relaciones de género", *Caderno Espaço Feminino*, 21(1): 209-237.

GRACIA, M. y J. CONTRERAS (2012), "Comemos como vivemos? Compreender as maneiras atuais de comer", en: MENASCHE, R. et al. (orgs.), *Dimensões socioculturais da alimentação*, Porto Alegre, UFRGS Editora: 45-61.

HEWLETT, B. S. (1991), *Intimate Fathers: The Nature and Context of Aka Pygmy Paternal Infant Care*, Ann Arbor, University of Michigan Press.

HOLDEN, T. J. M. (2013), "The overcooked and the underdone: Masculinities in Japanese

food programming", en: COUNIHAN, C. y P. VAN ESTERIK (eds.), *Food and Culture: A Reader*, Nueva York, Routledge: 119-136.

HUPKENS, C. (2000), "Social class differences in food consumption. The explanatory value of permissiveness and health and cost considerations", *The European Journal of Public Health*, 10 (2): 108-113.

INE (2013) *Hombres y mujeres en España 2013*, Madrid.

KERR, M. y N. CHARLES (1986), "Servers and providers: The distribution of food within the family", *Sociological Review*, 34 (3): 115-157.

LEPOWSKY, M. (1994), *Fruit of the Motherland: Gender in an Egalitarian Society*, Madison, University of Wisconsin.

MEDINA, F. X. (2005), *Food Culture in Spain*, Londres, Greenwood Press.

MENNELL, S. (1985), *All Manners of Food. Eating and Taste in England and France from the Middle Ages to the Present*, Londres, Basil Blackwell.

MENNELL, S.; MURCOTT, A. y A. VAN OTTERLOO (1992), *The Sociology of Food. Eating, Diet and Culture*, Londres, Sage Publications.

MOORE, L. H. (1991), *Antropología y feminismo*, Madrid, Cátedra.

MURCOTT, A. (1983), "Cooking and the cooked: A note on the domestic preparation of meals", en: MURCOTT, A. (ed.), *The Sociology of Food and Eating*, Aldershot, Gower.

MURDOCK, G.P. y C. PROVOST (1973), "Factors in the division of labor by sex: A cross-cultural analysis", *Ethnology*, 2 (2): 203-225.

PEDRERO, M. (2002), "Género y trabajo doméstico y extradoméstico en México", *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*. Universidad de Barcelona (<http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn119-28.htm>).

PÉREZ-GIL, S. y M. GRACIA-ARNAIZ (eds.) (2013), *Mujeres (in)visibles: género, alimentación y salud en comunidades rurales de Oaxaca*, Tarragona, Publicacions URV.

POLLOCK, D. K. (1998), "Food and sexual identity among the Culina", en: COUNIHAN, C. y S. KAPLAN, *Food and Gender: Identity and Power*, Amsterdam, Gordon and Breach.

PYNSON, P. (1987), *La France à table*, París, La Découverte.

TORNS, T. y C. RECIO (2013), "Género, trabajo y vida cotidiana", en: DÍAZ, C. y S. DEMA (eds.), *Sociología y género*, Madrid, Tecnos.

La dieta mediterránea: claves y evolución en España

LLUÍS SERRA-MAJEM, ITANDEHUI CASTRO-QUEZADA Y CRISTINA RUANO-RODRÍGUEZ*

RESUMEN

Declarada en 2010 Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad, la dieta mediterránea representa un modelo dietético saludable y sostenible, sedimentado durante generaciones. Sin embargo, debido a la globalización y los cambios socioeconómicos, la población española, sobre todo los más jóvenes, se ha alejado de este patrón de dieta hacia uno más occidentalizado. Para recuperar y conservar la adherencia a la dieta mediterránea son necesarias políticas de alimentación que proporcionen una mayor disponibilidad de los alimentos típicos del Mediterráneo, una mayor difusión de los hábitos alimentarios saludables, así como también la promoción de la actividad física, particularmente en los grupos de población joven y entre los más vulnerables.

1. DIETA MEDITERRÁNEA: DEFINICIÓN Y CONSUMO

El concepto de “dieta mediterránea” fue propuesto y desarrollado en los años cincuenta del pasado siglo para referirse a los distintos sistemas alimentarios observados en el área mediterránea. Posteriormente, el término se definió en la Conferencia Internacional sobre Dietas del Mediterráneo, celebrada en 1993, como el patrón dietético seguido en las regiones productoras

* Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, Instituto Universitario de Investigaciones Biomédicas y Sanitarias; Instituto de Salud “Carlos III” (Madrid), Ciber Obn Fisiopatología de la Obesidad y la Nutrición (lluís.serra@ulpgc.es; itandehui.castro@ulpgc.es; cruano@proyinves.ulpgc.es).

de aceite de oliva en torno al Mar Mediterráneo. Como expresión de las diferentes culturas alimentarias de esta región, la dieta mediterránea incluye un conjunto de prácticas, representaciones, expresiones, conocimientos, habilidades, espacios y otras características asociadas, que la población ha construido y recreado históricamente en interacción con la naturaleza. Se trata de un legado sumamente diversificado, lo que hace imposible concebirlo en términos de un modelo único general para todos los países. El patrón de dieta mediterránea presenta variaciones regionales en función de la herencia cultural y las tradiciones religiosas que han influido en la accesibilidad a determinados alimentos y su elección. Las características de la dieta mediterránea tradicional se pueden resumir en los siguientes puntos:

— el consumo abundante de alimentos de origen vegetal, como, por ejemplo, frutas y verduras, patatas, cereales, pan, legumbres, hortalizas, frutos secos y semillas;

— el empleo del aceite de oliva como fuente principal de grasa, reemplazando a otros aceites y grasas como, por ejemplo, la mantequilla o la margarina;

— la ingesta diaria de cantidades moderadas de queso y yogur;

— el consumo semanal de cantidades moderadas de pescado y marisco, aves de corral o conejo, y huevos (cuatro o cinco);

— el consumo de fruta fresca como postre diario y la limitación de la ingesta de dulces a unas pocas veces por semana;

— el consumo de carnes rojas pocas veces por semana, en raciones pequeñas, como ingredientes de otros platos principales;

— el consumo moderado de alcohol, con mayor frecuencia el vino (y, en particular, el tinto), principalmente en las comidas.

La dieta mediterránea constituye un patrón dietético rico en nutrientes tales como vitaminas, minerales, antioxidantes, fibra, ácidos grasos tipo omega 3 (procedentes del pescado mayoritariamente) y ácidos grasos monoinsaturados (procedentes del aceite de oliva), cuyos efectos beneficiosos sobre la salud han sido ampliamente demostrados. La relación existente entre la adherencia a un patrón de dieta mediterránea y una menor mortalidad total, una menor incidencia de enfermedades cardiovasculares, obesidad, diabetes del adulto e hipertensión arterial ha sido contrastada en muchos estudios epidemiológicos. Por otro lado, este patrón dietético también se ha relacionado con un mejor estado de salud mental. Efectivamente, varios estudios han confirmado un menor riesgo de depresión y un menor deterioro cognitivo en aquellos sujetos cuyos hábitos alimentarios se aproximan más al patrón de la dieta mediterránea (Serra-Majem *et al.*, 2006).

Por tanto, la dieta mediterránea puede ser considerada como un modelo de alimentación sano, tanto para la prevención de las enfermedades mencionadas como para su tratamiento una vez contraídas; en definitiva, constituye demostradamente un expediente eficaz para reducir la carga de enfermedades en las sociedades desarrolladas y envejecidas.

2. CAMBIOS EN EL PATRÓN DE LA DIETA MEDITERRÁNEA A NIVEL MUNDIAL

El patrón tradicional y saludable de la dieta mediterránea, basado en los hábitos alimentarios de los años cincuenta y sesenta, ha experimentado importantes cambios en muchos países mediterráneos durante las últimas décadas. El estilo de vida se ha transformado, condicionado por los grandes movimientos poblacionales desde áreas rurales hacia las ciudades (y también desde otros países), por el desarrollo económico, la eclosión

del turismo, la evolución de los medios de transporte y la tecnología, así como también por la incorporación de las mujeres al mundo laboral. En las últimas cuatro décadas se ha producido un alejamiento general del patrón de la dieta mediterránea, mayor en los países mediterráneos y, sobre todo, en las áreas del litoral, las más erosionadas por el turismo masivo.

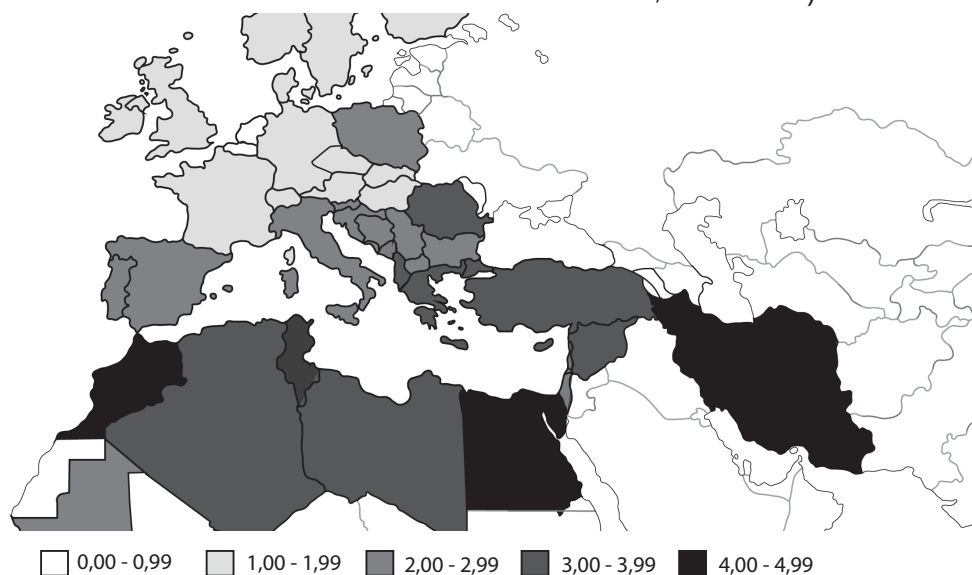
En un estudio llevado a cabo por nuestro grupo de investigación (Da Silva *et al.*, 2009), donde se miden los cambios a nivel mundial en el seguimiento de la dieta mediterránea en los aproximadamente cuarenta años que transcurren entre 1960 y 2000-2003, se observó que, dentro del área mediterránea, sobre los países europeos meridionales recae la principal responsabilidad de esta pérdida de adherencia. Exponentes tradicionales de una alimentación basada en la dieta mediterránea tradicional, estos países meridionales han adoptado una dieta más “occidentalizada”, propia de países del norte de Europa y de Estados Unidos.

En efecto, los países mediterráneos están sufriendo un proceso de “occidentalización general”, que incluye cambios culturales, sociales y políticos que probablemente están influyendo decisivamente en los hábitos alimentarios de la población (mapa 1 y gráfico 1). Entre los países mediterráneos, Grecia destaca por haber sufrido el mayor debilitamiento de la adherencia a la dieta mediterránea desde los años sesenta. Este distanciamiento del modelo mediterráneo tradicional obedece principalmente al aumento del consumo de alimentos no típicos de la región mediterránea, que casi se triplicó en cuatro décadas. Sin embargo, la ingesta de alimentos mediterráneos no experimentó semejante aumento, sino que se mantuvo en cantidades similares. Los mayores incrementos se registraron en el consumo de carne, azúcar y alimentos azucarados, así como en la mayoría de los aceites vegetales (excluyendo el aceite de oliva), con un aumento considerable del consumo de aceite de girasol y de maíz.

Como consecuencia, las cualidades que definen la dieta mediterránea han experimentado cambios sustantivos, que cabe resumir en una reducción del consumo de cereales, frutos secos y legumbres; un aumento importante de alimentos de origen animal, especialmente leche y productos lácteos, carne y derivados cárnicos; una disminución del consumo de vino, acompa-

MAPA 1

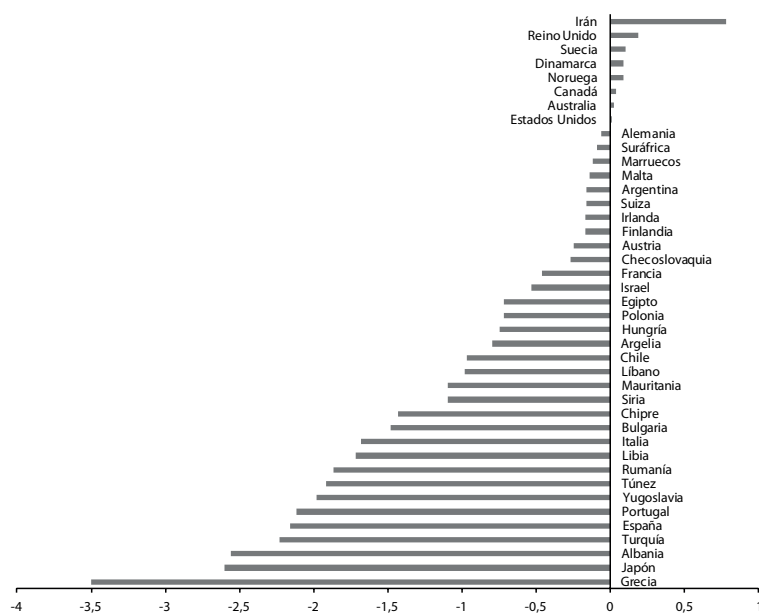
MAPA DE ADHERENCIA AL PATRÓN DE LA DIETA MEDITERRÁNEA A PRINCIPIOS DEL SIGLO XXI
(VALOR DEL ÍNDICE DE ADECUACIÓN A LA DIETA MEDITERRÁNEA, 2000-2003)



Fuente: Da Silva *et al.* (2009).

GRÁFICO 1

VARIACIÓN DEL ÍNDICE DE ADECUACIÓN A LA DIETA MEDITERRÁNEA ENTRE LOS PERÍODOS
DE 1961/1965 Y 2000/2003



Fuente: Da Silva *et al.* (2009).

ñado de una subida del consumo de cerveza y de otras bebidas alcohólicas, y un aumento del consumo de alimentos procesados.

3. CAMBIOS EN EL PATRÓN DE LA DIETA MEDITERRÁNEA EN ESPAÑA

En España, el consumo de alimentos durante la década de los ochenta se mantuvo, en líneas generales, dentro del patrón de la dieta mediterránea, pero el desarrollo económico también ha provocado una variación de nuestros hábitos alimentarios. Un análisis de los datos de consumo de alimentos en los hogares españoles mostró una disminución general en la adherencia a la dieta mediterránea entre 1987 y 2005 (Bach-Faig *et al.*, 2011). Esto apunta al hecho de que productos mediterráneos y no mediterráneos han estado proporcionando cantidades similares de energía en la dieta de los hogares durante ese periodo.

En el quinquenio 1987-1991 se observó una disminución en el seguimiento de la dieta

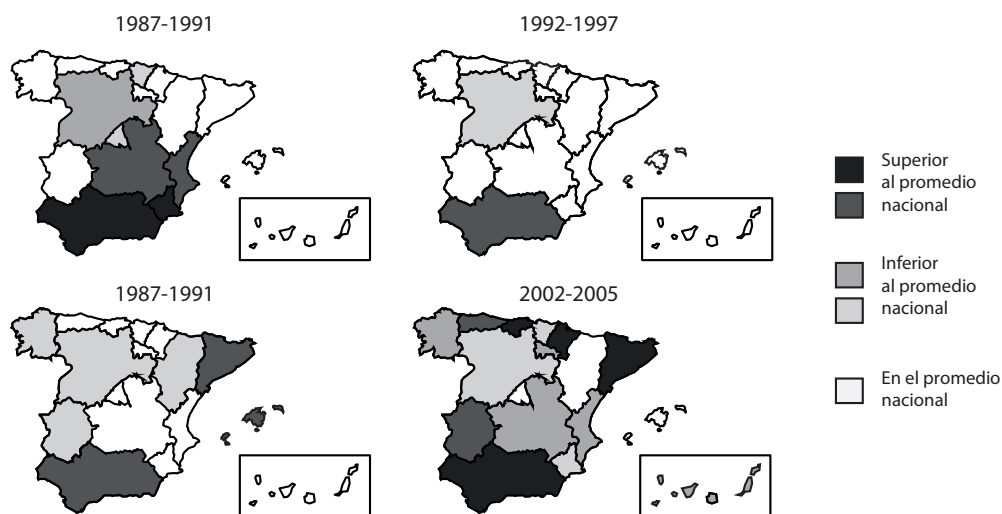
mediterránea en todas las comunidades autónomas; también entre 1992 y 1997 se redujo la adherencia a ella, aunque la tendencia descendente fue menos acusada que en el periodo anterior. Entre 1998 y 2001 la tendencia pareció estabilizarse, mientras que desde entonces hasta 2005 se registró una cierta recuperación del patrón de la dieta mediterránea (mapa 2).

A la luz de estas representaciones gráficas, se aprecia que, a finales de los años ochenta, la adherencia al patrón de la dieta mediterránea se hallaba en algunas comunidades autónomas de la zona del Mediterráneo, como Andalucía, Murcia y Valencia, por encima de la media nacional. En cambio, otras comunidades autónomas del interior, como Madrid, el País Vasco, Castilla y León y La Rioja, manifestaban un menor seguimiento de esta dieta, por debajo de la media nacional.

Mientras que en los años noventa la adherencia al patrón de la dieta mediterránea se homogeneizó, a principios del nuevo siglo (entre 2002 y 2005) volvió a observarse un aumento de las diferencias entre comunidades autónomas. Los hogares de Andalucía, Cataluña, Cantabria y Navarra

MAPA 2

EVOLUCIÓN DEL ÍNDICE DE ADECUACIÓN A LA DIETA MEDITERRÁNEA DE LOS HOGARES ESPAÑOLES, SEGÚN COMUNIDADES AUTÓNOMAS



Fuente: Bach-Faig *et al.* (2011).

mostraron un mayor seguimiento de esta dieta que el promedio nacional. Por el contrario, Galicia, las Islas Canarias, Valencia, La Rioja y Castilla-La Mancha se alejaron de la media española.

Se ha observado que el debilitamiento de la dieta mediterránea se da con más frecuencia entre los jóvenes, los menos activos físicamente y los más sedentarios. Asimismo, afecta en mayor medida a las clases sociales menos favorecidas y va unido a otros hábitos de vida poco saludables, que pueden tener efectos sinérgicos indeseables sobre la salud. Por otra parte, también se aprecia un cambio en los niveles de actividad física de aquellas personas con un patrón dietético más occidentalizado. De hecho, una gran parte de la población se ha vuelto más sedentaria en el trabajo, y el hábito de caminar ha disminuido, si bien durante el tiempo libre ha aumentado un poco la actividad.

En España, en torno a un 12 por ciento de la población se alimenta de acuerdo con el patrón de la dieta mediterránea tradicional, y un 46 por ciento adicional presenta una buena adherencia a un patrón evolucionado de esta dieta, que refleja la adaptación progresiva a los cambios socioeconómicos ocurridos en España durante las pasadas décadas. Ciertamente, la mayoría de la población preserva ciertos consumos característicos de la dieta mediterránea, como el aceite de oliva como fuente principal de grasa. El consumo medio de verduras, hortalizas y legumbres sigue siendo relativamente elevado, lo cual representa una cantidad sustancial de ingesta de fibra.

Factores como las diferencias culturales, los gustos personales y las tradiciones locales, la educación, la situación geográfica, el acceso a las tecnologías, la salud y la actitud hacia ella condicionan las preferencias y la accesibilidad a los distintos alimentos, desempeñando el poder adquisitivo y la situación económica un papel crucial en el cambio de los patrones dietéticos de la población. El impacto de estos factores en el comportamiento alimentario puede llevar a cambios en los hábitos dietéticos y contribuir a explicar la alarmante cifra de enfermedades crónicas que se registran en las sociedades más desarrolladas.

Además, la actual crisis económica puede haber contribuido a que las personas con menos ingresos se alejen de la dieta mediterránea.

Algunos de los productos típicos de esta dieta alcanzan un mayor precio, y su consumo tiende a disminuir en época de crisis. Se ha estimado que, en España, las personas con mayores ingresos tienen una probabilidad del 72 por ciento de hallarse en la máxima categoría de la adherencia a la dieta mediterránea. En cambio, cuando los ingresos son más bajos, la adherencia a este patrón de dieta es sustancialmente menor. Del mismo modo, también se ha observado que el grupo con ingresos más escasos y, por tanto, menor adherencia a la dieta mediterránea, presenta cifras más altas de obesidad y sobrepeso (Vareiro *et al.*, 2009). Ello pone en evidencia, por un lado, que la obesidad en España no está solo ligada a la cantidad de calorías ingeridas, sino también a la calidad de la dieta; y, por otro lado, que el grado de adherencia a la dieta mediterránea depende del nivel sociocultural de la población. Sin embargo, la dieta mediterránea tradicional comprende un amplio abanico de platos y recetas de coste muy reducido que constituyen la base de la cocina española y mediterránea, a base de legumbres, cereales y hortalizas, a los que la población ha estado renunciando progresivamente.

Es preciso contrarrestar estos riesgos con acciones basadas en la educación alimentaria: ni el coste económico ni la aparición y popularización de alternativas alimentarias sin fundamento científico pueden suponer un obstáculo al acceso y consumo de los alimentos básicos de la dieta mediterránea, como el aceite de oliva, las frutas y hortalizas, los cereales integrales, los derivados lácteos, los frutos secos o el pescado. Ello requiere que las administraciones responsables presten respaldo a estos alimentos, no comprometan con acciones inadecuadas el trabajo desempeñado en los sectores productivos que los generan, y promuevan el conocimiento de los aspectos beneficiosos de estos alimentos de nuestro entorno geográfico y cultural.

4. LA DIETA MEDITERRÁNEA EN LA POBLACIÓN INFANTIL

Son precisamente los grupos de población más jóvenes los que muestran un mayor abandono de los patrones dietéticos mediterráneos tradicionales. Esto se aprecia en la reducción del consumo de frutas, verduras, legumbres y pes-

cado en estos grupos, en comparación con los de más edad (Aranceta *et al.*, 2003).

El índice KIDMED fue el primer instrumento internacional diseñado para evaluar la calidad de los patrones de dieta mediterránea en niños, adolescentes y jóvenes (Serra-Majem *et al.*, 2004). Consiste en 16 preguntas que deben responderse de manera afirmativa/negativa (sí/no). Las respuestas afirmativas en las cuatro preguntas que reflejan un alejamiento de la dieta mediterránea valen -1 punto, y las respuestas afirmativas en las doce preguntas que reflejan el seguimiento de la dieta mediterránea valen +1 punto, de tal manera que la puntuación tiene un recorrido de un mínimo de 0 a un máximo de 12, e indica si la adherencia a la dieta mediterránea es baja (de 0 a 3 puntos), media (de 4 a 7 puntos) o alta (de 8 a 12 puntos) (cuadro 1).

En el estudio EnKid, basado en una muestra de 3.850 niños, adolescentes y jóvenes de

2 a 24 años, el 4 por ciento mostró un puntaje muy bajo en el índice KIDMED; el 49 por ciento alcanzó valores intermedios en este índice de seguimiento de la dieta mediterránea, y el 46 por ciento, altos. En cuanto a la zona geográfica, las regiones del nordeste registraron los valores más elevados (≥ 8 puntos), con un 52 por ciento; les siguieron las meridionales y las Islas Canarias, con un 49 por ciento; la zona central y el Levante registraron porcentajes algo más bajos, en torno al 46 por ciento. Pero la menor proporción de niños, adolescentes y jóvenes con hábitos alimentarios propios de la dieta mediterránea se observó en las comunidades del norte (38 por ciento). Bien es cierto, no obstante, que el País Vasco mostró patrones diferenciales más similares a los hábitos dietéticos mediterráneos saludables que los observados en el resto de comunidades autónomas que bordean el Mar Cantábrico (mapa 3).

CUADRO 1

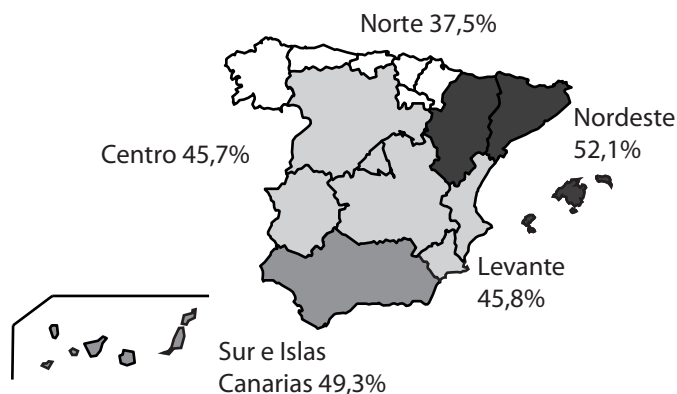
CUESTIONARIO KIDMED PARA VALORAR LA CALIDAD DE LA DIETA MEDITERRÁNEA EN NIÑOS, ADOLESCENTES Y JÓVENES (2-24 AÑOS)

Cuestionario KIDMED	
Adherencia a la DIETA MEDITERRÁNEA	Puntos
Toma una fruta o un zumo natural todos los días	+1
Toma una segunda pieza de fruta todos los días	+1
Toma verduras frescas (ensaladas) o cocinadas regularmente una vez al día	+1
Toma verduras frescas o cocinadas de forma regular más de una vez al día	+1
Consume pescado con regularidad (por lo menos 2-3 veces a la semana)	+1
Acude una vez o más a la semana a un centro de comida rápida (<i>fast food</i>) tipo hamburguesería	-1
Le gustan las legumbres y las toma más de una vez a la semana	+1
Toma pasta o arroz casi a diario (5 días o más a la semana)	+1
Desayuna un cereal o derivado (pan, etc.)	+1
Toma frutos secos con regularidad (al menos 2-3 veces a la semana)	+1
Se utiliza aceite de oliva en casa	+1
No desayuna	-1
Desayuna un lácteo (yogurt, leche, etc.)	+1
Desayuna bollería industrial, galletas o pastelitos	-1
Toma dos yogures y/o 40 gr. de queso cada día	+1
Toma golosinas y/o caramelos varias veces al día	-1

Fuente: Serra-Majem *et al.* (2004).

MAPA 3

DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE LA ADHERENCIA A LA DIETA MEDITERRÁNEA ENTRE LA POBLACIÓN INFANTIL Y JOVEN (2-24 AÑOS)



Nota: Los colores reflejan el mayor o menor porcentaje de la muestra que obtuvo una puntuación igual o mayor de ocho puntos en el índice KIDMED.

Fuente: Estudio EnKid (1998-2000), en: Serra-Majem *et al.* (2004).

El mismo estudio permite concluir que la adherencia al patrón de la dieta mediterránea se halla asociada con el nivel socioeconómico. El porcentaje de niños, adolescentes y jóvenes en las categorías socioeconómicas más bajas que obtuvieron un índice alto de seguimiento de la dieta mediterránea (43 por ciento) es inferior al registrado entre aquellos que procedían de familias con un nivel socioeconómico alto (55 por ciento). Al tomar en cuenta el nivel educativo de la madre, se puso de manifiesto una diferencia similar: el 42 por ciento obtuvo puntuaciones mayores de 8 en el índice KIDMED cuando el nivel educativo de la madre era bajo, porcentaje que ascendía más de diez puntos porcentuales, hasta el 54%, cuando la madre había completado estudios superiores. Entre los hallazgos específicos del estudio cabe destacar que la población con ingresos más bajos reconoció un menor consumo de aceite de oliva, así como de arroz, pasta, frutas y verduras (aunque el consumo era mayor en el caso de los frutos secos). Además, los niños, adolescentes y jóvenes con un nivel socioeconómico inferior, y también aquellos cuyas madres declaraban un nivel educativo bajo, consumían en mayor medida dulces y productos de panadería con alto contenido de grasa, así como también alimentos azucarados y salados.

El estudio EnKid reveló, por otra parte, una mayor calidad en el seguimiento de la dieta mediterránea en las grandes ciudades de más

de 350.000 habitantes (53 por ciento) que en las menos populosas (44 por ciento). Estos datos desafían el argumento según el cual las ciudades pequeñas y los pueblos aseguran mejor la continuidad de la dieta mediterránea tradicional. Es probable que este resultado refleje la mejora de disponibilidad de productos frescos en los grandes centros urbanos en el momento del estudio.

La dieta mediterránea también está asociada a un consumo adecuado de vitaminas y minerales entre la población más joven. El mayor seguimiento de esta dieta supone el aumento del consumo de fibra, calcio, hierro, magnesio, potasio, fósforo y prácticamente todas las vitaminas, con la excepción de la vitamina E. Por tanto, el riesgo de la pérdida de adherencia a la dieta mediterránea, sobre todo en quienes se encuentran en periodo de crecimiento, podría significar la aparición de deficiencias de micronutrientes y secuelas que podrían evitarse mediante programas de promoción y recuperación de esta dieta.

En resumen, los datos del estudio EnKid reflejan cambios significativos en los hábitos de alimentación y el estado nutricional en España, en concreto un debilitamiento de la dieta mediterránea, particularmente entre los más jóvenes. Estos resultados, también observados en otros países del área mediterránea, plantean la duda de la persistencia de este modelo alimentario en el futuro y suscitan preguntas sobre los posibles efectos en la

morbilidad y la mortalidad que puedan derivarse de tales cambios relacionados con la nutrición.

5. LA ACTIVIDAD FÍSICA EN LOS NIÑOS Y JÓVENES ESPAÑOLES

Aparte de los cambios alimentarios señalados, también se ha podido observar que entre los más jóvenes ha disminuido la actividad física. Según datos del estudio EnKid, algo menos de la mitad de los niños y adolescentes entre 6 y 18 años realiza al menos 60 minutos de actividad física diaria; un 49 por ciento de las chicas y un 37 por ciento de los chicos no practicaban ningún deporte durante su tiempo libre, disminuyendo el porcentaje de personas activas con la edad, especialmente entre las chicas. El estatus social y el nivel educativo de la madre también se revelaron como variables influyentes en la práctica de ejercicio físico por parte de los hijos.

Por otro lado, el estilo de vida sedentario se ha relacionado con un mayor consumo de aperitivos salados y dulces, de productos de bollería industrial y de refrescos. Por ejemplo, los niños que en el estudio EnKid pasaban más tiempo viendo la televisión mostraban mayor propensión a consumir más productos de panadería, dulces y aperitivos salados. También se comprobó que la actividad física era menos frecuente en el sur de España y las Islas Canarias, donde casi la mitad de los niños y adolescentes admitía no practicar ningún deporte durante el tiempo libre; en cambio, en las regiones del norte y nordeste del país, la práctica de algún deporte regularmente (más de dos días por semana) resulta bastante más frecuente (Román *et al.*, 2008).

Otros estudios han descubierto una relación entre un mayor nivel de actividad física y la adherencia a un patrón de dieta mediterránea. En una población de niños de 10 a 17 años se observó que un mayor puntaje en el seguimiento de la dieta mediterránea se asociaba con mayores niveles de actividad física en el tiempo libre (Schröder *et al.*, 2010). Esta relación también se ha confirmado en un estudio entre varones jóvenes residentes en Navarra, en el que los que practicaban un estilo de vida sedentario aparecían en el grupo de población que presentaba más probabilidades de seguir un patrón de dieta occidental (Sánchez-Villegas *et al.*, 2003).

6. LA OBESIDAD INFANTIL

La recuperación de la dieta mediterránea también podría ser útil para prevenir y combatir la creciente epidemia de obesidad infantil. Según los resultados del estudio EnKid, realizado entre 1998 y 2000, un 14 por ciento de los niños presentaban obesidad, y un 12 por ciento adicional, sobrepeso (en total, por tanto, más de una cuarta parte de la población infantil, adolescente y joven). La obesidad masculina prevalecía sobre la femenina, y también destacaba su incidencia en grupos de menor edad (de 6 a 13 años). Asimismo, se comprobó la existencia de un gran número de niños y adolescentes españoles con obesidad abdominal. Se halló este tipo de obesidad incluso en niños con peso normal y con sobrepeso, lo que podría traducirse en un mayor riesgo de enfermedades cardiovasculares.

Los países de la región del Mediterráneo y el Reino Unido registran tasas más altas de obesidad y sobrepeso en niños preescolares que los de Europa central, septentrional y oriental. Por ejemplo, un 33 por ciento de los niños de 4 años en España presentaban obesidad o sobrepeso (Cattaneo *et al.*, 2010). Recientemente, el estudio ALADINO (ALimentación, Actividad Física, Desarrollo Infantil y Obesidad) valoró el sobrepeso y la obesidad en niños españoles en edad escolar primaria (6-9 años) durante el curso escolar 2010-2011 obteniendo resultados bastante semejantes (Pérez-Farinós *et al.*, 2013): alrededor del 14 por ciento de los niños tenían sobrepeso. Además, el 20 por ciento de los varones y el 15 por ciento de las mujeres de esa edad fueron clasificados como obesos. La comparación de estos resultados con los observados en el estudio EnKid apunta a un aumento de la obesidad de las niñas en la primera década del siglo XXI (desde 1998/2000 hasta 2011). Estos resultados sugieren una estabilización del sobrepeso y de la obesidad entre los varones en edad escolar; por tanto, no se confirma la sospecha de su aumento. No obstante, sí se ha observado que, entre los niños y niñas de 10 a 15 años procedentes de familias con un bajo nivel educativo, existe una tendencia hacia el aumento de estos problemas. Desde 1987 hasta 2007, el sobrepeso se incrementó en un 18 por ciento entre los varones de 10 a 15 años, y en un 13 por ciento entre las niñas de 10 a 15 años (Miqueleiz *et al.*, 2014).

El mayor seguimiento de la dieta mediterránea podría contribuir a reducir el riesgo de una elevada circunferencia de cintura en jóvenes, indicador de obesidad abdominal y factor de riesgo aumentado de enfermedades cardiovasculares. El aumento de cinco puntos (sobre un total de doce) en el índice de calidad de la dieta mediterránea KIDMED se ha asociado con una disminución de 1,54 cm en la circunferencia de cintura en jóvenes de 10 a 17 años.

Combatir la obesidad infantil y juvenil requiere esfuerzos de educación nutricional dirigidos al establecimiento de hábitos alimentarios saludables cuyos efectos beneficiosos se prolongan en la edad adulta. Por tanto, en España, se debería promover la recuperación de este patrón de dieta saludable, especialmente entre los niños y adolescentes, los grupos en los que se ha detectado un mayor deterioro de la adherencia a la dieta mediterránea. Sin medidas rigurosas, intensivas, comprometidas y sostenibles, adoptadas por las distintas

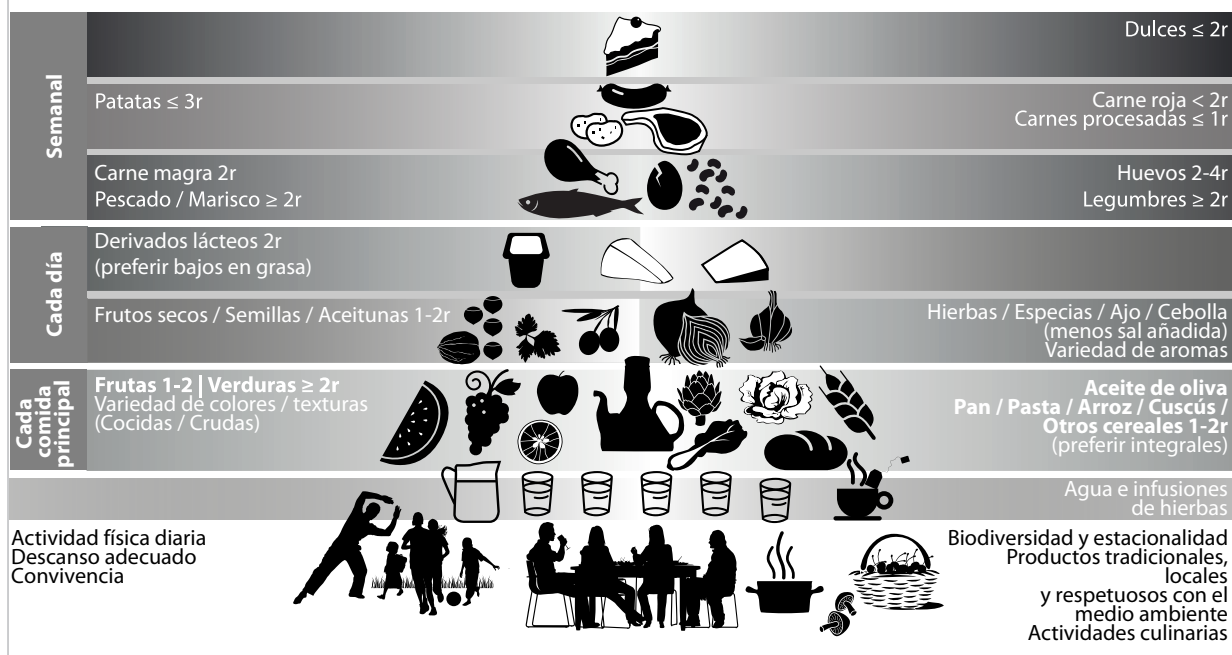
administraciones y entidades implicadas, la obesidad infantil y juvenil en España seguirá probablemente un rumbo errático e imprevisible. Puede que ya estemos en el buen camino, pero queda todavía mucho por hacer.

7. LA NUEVA PIRÁMIDE DE LA DIETA MEDITERRÁNEA

Tras el reconocimiento de la dieta mediterránea como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO en 2010, se presentó una herramienta de comunicación renovada dirigida a toda la población: la nueva pirámide de la dieta mediterránea. Dicha herramienta pretende contribuir a la mejora de la adherencia al patrón dietético y al estilo de vida propios de los países mediterráneos y otros cercanos. Esta pirámide es el resultado de un consenso internacional, y se basa en los últimos datos científicos sobre nutri-

GRÁFICO 2

NUEVA PIRÁMIDE DE LA DIETA MEDITERRÁNEA



Nota: r = ración (medida de la ración basada en la frugalidad y los hábitos locales).

Fuente: Bach-Faig et al. (2011).

ción y salud, publicados en numerosos artículos científicos en las últimas décadas (Bach-Faig *et al.*, 2011).

Las recomendaciones de la pirámide están dirigidas a población adulta sana, debiendo ser adaptadas a las necesidades especiales de niños, mujeres embarazadas y otros grupos de personas específicos por sus condiciones de salud. La pirámide aporta los elementos clave para la selección de alimentos, en cantidad y calidad, indicando las porciones recomendadas y la frecuencia de consumo de los principales grupos de alimentos que constituyen el patrón de la dieta mediterránea. En el gráfico 2 se presenta la pirámide de la alimentación saludable de la Fundación de Dieta Mediterránea: los alimentos que conviene consumir en mayor proporción se sitúan en la base, y los que es aconsejable reducir, en el vértice. Se añaden, además, indicaciones de orden cultural y social íntimamente ligadas al estilo de vida mediterráneo, desde un concepto de la dieta entendido en sentido amplio. El seguimiento de dichas indicaciones socioculturales se considera necesario para obtener todos los beneficios de la dieta mediterránea; entre ellas, destacan (1) la moderación en el tamaño de las raciones, (2) la preparación de los alimentos de tal manera que constituya una actividad relajada y divertida que se puede realizar en familia, (3) la socialización de la comida, potenciando su valor comunitario, (4) el respeto por el medio ambiente y la biodiversidad, priorizando el consumo de los productos tradicionales y locales, (5) la práctica regular de la actividad física moderada, y (6) el descanso como parte de un estilo de vida saludable y equilibrada.

El fortalecimiento de la dieta mediterránea en España podría traducirse en mejoras en los indicadores de salud y en una reducción del impacto medioambiental en la producción y el transporte de recursos alimentarios. Para ello, la dieta mediterránea debe concebirse como lo que es: un modelo alimentario extraordinariamente saludable y sostenible desde el punto de vista medioambiental, que, además, confiere identidad y sentimiento de grupo. En todo caso, los constantes cambios de la sociedad actual y su consecuente modernización y globalización aconsejan una promoción de la dieta mediterránea que, sin perder sus raíces, se adapte a los tiempos actuales.

BIBLIOGRAFÍA

ARANCETA, J.; PÉREZ-RODRIGO, C.; RIBAS, L. y L. SERRA-MAJEM (2003), "Sociodemographic and lifestyle determinants of food patterns in Spanish children and adolescents: The enKid study", *European Journal of Clinical Nutrition*, 57: 40-44.

BACH-FAIG, A.; BERRY, E. M.; LAIRON, D.; REGUANT, J.; TRICHOPOULOU, A.; DERNINI, S.; MEDINA, F. X.; BATTINO, M.; BELAHSEN, R.; MIRANDA, G., SERRA-MAJEM, L. y MEDITERRANEAN DIET FOUNDATION EXPERT GROUP (2011), "Mediterranean diet pyramid today. Science and cultural updates", *Public Health Nutrition*, 14: 2274-2284.

BACH-FAIG, A.; FUENTES-BOL, C.; RAMOS, D.; CARRASCO, J. L.; ROMAN, B.; BERTOMEU, I. F.; CRISTIÀ, E.; GELEVA, D. y L. SERRA-MAJEM (2011), "The Mediterranean diet in Spain: Adherence trends during the past two decades using the Mediterranean Adequacy Index", *Public Health Nutrition*, 14: 622-628.

CATTANEO, A.; MONASTA, L.; STAMAKIS, E.; LLIORET, S.; CASTETBON, K.; FRENKEN, F.; MANIOS, Y.; MOSCHONIS, G.; SAVVA, S.; ZABORSKIS, A.; RITO, A. I.; NANU, M.; VIGNEROVÁ, J.; CAROLI, M.; LUDVIGSSON, J.; KOCH, F. S.; SERRA-MAJEM, L.; SZPONAR, L.; VAN LENTHE, F. y J. BRUG (2010), "Overweight and obesity in infants and pre-school children in the European Union: A review of existing data", *Obesity Reviews*, 11: 389-398.

DA SILVA, R.; BACH-FAIG, A.; RAIDÓ QUINTANA, B.; BUCKLAND, G.; VAZ DE ALMEIDA, M. D. y L. SERRA-MAJEM (2009), "Worldwide variation of adherence to the Mediterranean diet, in 1961-1965 and 2000-2003", *Public Health Nutrition*, 12: 1676-1684.

MIQUELEIZ, E.; LOSTAO, L.; ORTEGA, P.; SANTOS, J. M.; ASTASIO, P. y E. REGIDOR (2014), "Trends in the prevalence of childhood overweight and obesity according to socioeconomic status: Spain, 1987-2007", *European Journal of Clinical Nutrition*, 68: 209-214.

PÉREZ-FARINÓS, N.; LÓPEZ-SOBALER, A. M.; DAL RE, M. A.; VILLAR, C.; LABRADO, E.; ROBLEDÓ, T. y R. M. ORTEGA (2013), "The ALADINO study: A national study of prevalence of overweight and obesity in Spanish children in 2011", *BioMed Research International*, 2013:163687.

ROMAN, B.; SERRA-MAJEM, L.; RIBAS-BARBA, L.; PÉREZ-RODRIGO, C. y J. ARANCETA (2008), "How many

children and adolescents in Spain comply with the recommendations on physical activity?", *The Journal of Sports Medicine and Physical Fitness*, 48: 380-387.

SÁNCHEZ-VILLEGAS, A.; DELGADO-RODRÍGUEZ, M.; MARTÍNEZ-GONZÁLEZ, M. A.; DE IRLA-ESTÉVEZ, J. y SEGUIMIENTO UNIVERSIDAD DE NAVARRA GROUP (2003), "Gender, age, socio-demographic and lifestyle factors associated with major dietary patterns in the Spanish Project SUN (Seguimiento Universidad de Navarra)", *European Journal of Clinical Nutrition*, 57: 285-292.

SCHRÖDER, H.; MÉNDEZ, M. A.; RIBAS-BARBA, L.; COVAS, M. I. y L. SERRA-MAJEM (2010), "Mediterranean diet and waist circumference in a representative national sample of young Spaniards", *International Journal of Pediatric Obesity*, 5: 516-519.

SERRA-MAJEM, L.; RIBAS, L.; NGO, J.; ORTEGA, R. M.; GARCÍA, A.; PÉREZ-RODRIGO, C. y J. ARANCETA (2004), "Food, youth and the Mediterranean diet in Spain. Development of KIDMED, Mediterranean Diet Quality Index in children and adolescents", *Public Health Nutrition*, 7: 931-935.

SERRA-MAJEM, L.; ROMAN, B. y R. ESTRUCH (2006), "Scientific evidence of interventions using the Mediterranean diet: A systematic review", *Nutrition Reviews*, 64: 27-47.

VAREIRO, D.; BACH-FAIG, A.; RAIDÓ QUINTANA, B.; BERTOMEU, I.; BUCKLAND, G.; VAZ DE ALMEIDA, M. D. y L. SERRA-MAJEM (2009), "Availability of Mediterranean and non-Mediterranean foods during the last four decades: Comparison of several geographical areas", *Public Health Nutrition*, 12: 1667-1675.

Comer por los ojos: la publicidad alimentaria y sus riesgos

MARTA MORENO Y EMILIO LUQUE*

RESUMEN¹

Entre los productos más publicitados por televisión se encuentran los fabricados por grandes empresas de alimentación. Una parte importante de esa publicidad presenta alimentos cuya composición difiere de las recomendaciones de expertos e instituciones sanitarias sobre la alimentación sana y la prevención de riesgos tales como la obesidad, la diabetes o las enfermedades cardiovasculares. En este artículo se exponen los resultados de una investigación sobre la publicidad alimentaria, los mecanismos a través de los cuales funciona y los variados y variables recursos de que disponen los consumidores para resistirse a ella.

1. INTRODUCCIÓN

En la pantalla del ordenador portátil aparece el vídeo de un anuncio de unas conocidas patatas fritas. La entrevistada se remueve inquieta en su asiento y mira con una clara sensación de desagrado el trigo dorado en el que agraciados jóvenes van comiendo e intercambiando patatas extraídas de los cilindros de cartón en que vienen empaquetadas. Cuando el anuncio termina, empieza a hablar con vehemencia:

“Bueno, esto ya me parece demencial. Para empezar, (...) patatas que son todas igua-

les, o sea, está claro que eso no es patata ¿no? Y es horrible, y ahora encima te las quieren mezclar con cereales, o sea, ¡uf! eso me parece abominable; y eso, pues, lo mismo, prados de trigos maravillosos, campos de trigo maravillosos, todos doraditos y tal, es tremendo, es tremendo...”

La enérgica reacción de esta entrevistada, a la que, como explicaremos más adelante, clasificamos como “agroecológica”, sorprende especialmente al contrastarla con la de otros consumidores “convencionales”. Ante otro anuncio de características muy parecidas, una respuesta típica de estos consumidores convencionales consiste en apreciar con una sonrisa la buena factura o la simpatía de las imágenes en cuestión, como se refleja en esta cita:

“Bueno, me gusta todo el anuncio. Muy bonito. [...]. Está bien. La naturaleza, el ambiente familiar, ‘voy a ver a mi abuela que vive en el campo’, los tomates, superrojos, todo es muy bonito. Dan ganas de ir allí con ellos y que te pongan una pizza. Está muy bien el anuncio, me gusta. Me gusta todo. [...]. No me incomoda nada”.

Sin embargo, como veremos en la primera parte de este artículo, la forma de alimentación que promueve la publicidad no está libre de riesgos para la salud individual y pública. La Organización Mundial de la Salud ha solicitado de los gobiernos enfoques normativos “con la finalidad de reducir el efecto” de esta publicidad, especialmente en el caso de los niños y adolescentes (OMS, 2010).

* Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED), Departamento de Sociología II (mmoreno@poli.uned.es; eluque@poli.uned.es).

¹ Trabajo realizado en el marco del proyecto de investigación I+D+i: *La comida invisible. Representaciones sociales de los sistemas alimentarios: causas, consecuencias y transformaciones* (CSO2010-22074-C03-02).

Para situar el problema en el caso de España, en el segundo apartado de este artículo describiremos la publicidad alimentaria a partir de una muestra de 120 horas de emisión de las grandes cadenas televisivas generalistas. Contrastaremos así, en el tercer apartado, empíricamente la conocida pirámide alimentaria con la “pirámide televisiva”, es decir, con el modelo que resultaría si la dieta se compusiera proporcionalmente por los alimentos anunciados.

Aun así, ¿tendríamos que alterarnos tanto por la publicidad alimentaria como la consumidora “agroecológica” de la primera cita? ¿No es suficiente con mantener un “escepticismo informado”? En el cuarto apartado de este artículo veremos que los consumidores que entrevistamos, tanto “convencionales” como “alternativos”, despliegan efectivamente para resistirse a la publicidad un amplio abanico de conocimientos sobre los agentes que intervienen en el *marketing* alimentario y sus motivaciones, particularmente sobre sus tácticas. Por ejemplo, si el *marketing* hace hincapié en un aspecto concreto, sospechan que precisamente está previniendo una debilidad en la imagen del producto, detectada a través de la investigación de mercados. Sin embargo, hay menos evidencia de que los conocimientos sobre la producción y transformación de alimentos y bebidas refuerzan la resistencia a su publicidad.

Pero el funcionamiento de la publicidad no se reduce a la persuasión, como mostramos en el quinto apartado. En los anuncios se apela a menudo a los afectos, a los ideales normativos y al humor para producir asociaciones emocionales positivas y, de ese modo, desactivar la atención crítica. Sin ambages lo ha reconocido un alto ejecutivo de una multinacional de refrescos: “Para nosotros, paradigmáticos representantes del *marketing* emocional, nuestro objetivo no es tanto ofrecer a la gente lo que supuestamente quiere, sino hacerle sentir lo que quisiéramos que sientan”².

En el sexto apartado veremos que la publicidad muchas veces no sigue la vía del procesamiento de la información en sus relativamente lentas y exigentes etapas de atención, comprensión y recuerdo; nuestra mente la trata a través del veloz “sistema 1”, como lo denomina

² Entrevista a Marcos de Quinto, presidente de Coca-Cola España, realizada el 24 de octubre de 2013 por la revista “El publicista”. Véase *El Publicista* (2014).

Kahnemann (2011), disparando circuitos emocionales e intuitivos. Todo ello conduce a una reflexión final sobre los recursos de que disponen los consumidores para procesar críticamente la publicidad alimentaria a la que están expuestos y las implicaciones normativas que cabría extraer.

2. EL ALCANCE DE LA PUBLICIDAD ALIMENTARIA

Los expertos en salud pública coinciden en que una parte considerable de los productos alimentarios anunciados no son saludables. Dado que el incremento de su consumo es el objetivo de la publicidad, el éxito de esta última traería consigo un deterioro de la alimentación (Rusmevichientong *et al.*, 2014). Sin embargo, las empresas siguen dedicando enormes cantidades a distintas formas de *marketing* y promoción: unos 28.000 millones de euros en 2012 solo en España para todos los sectores, de los que el alimentario era el segundo de mayor inversión, solo por detrás de las TIC, acaparando el 16,7 por ciento (AMES, 2012: 13).

¿Cuál es el impacto de esa publicidad? Se ha estimado que hasta un tercio de los niños con sobrepeso y obesidad no sufrirían estos problemas, si no estuvieran expuestos a publicidad alimentaria (Veerman *et al.*, 2009). Un número creciente de estudios detecta, a pesar de las dificultades, vínculos de causalidad. La exposición a la publicidad de alimentos se ha ligado a cambios en la dieta y la salud, especialmente la de los más jóvenes, a través del aumento en el consumo de *snacks* (Harris, Bargh y Brownell, 2009), del consumo total de calorías (Epstein *et al.*, 2008) y del menor consumo de frutas y verduras cinco años más tarde (Barr-Anderson *et al.*, 2009). Asimismo se han podido establecer relaciones causales entre la exposición a la publicidad y la obesidad (Chou *et al.*, 2008) y las mayores ingestas entre adultos (Chapman *et al.*, 2012; Harris, Bargh y Brownell, 2009).

Como principal factor explicativo de ese impacto negativo en la salud se ha identificado el alto contenido en azúcares, grasas y sodio de esa “dieta televisiva”, que, por contra, ofrece muy poca fibra y nutrientes esenciales. Esta evidencia ha llevado a la OMS y a la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición a recomendar diversas limitaciones, especialmente en el caso de niños y adolescentes, incluso a advertir del riesgo

de una pandemia de obesidad y diabetes tipo 2 (OMS, 2010; Aesan, 2011). Como se mostrará en el tercer apartado al contrastar empíricamente los tipos de alimentos que se anuncian, con las recomendaciones alimentarias, difundidas mediante las conocidas “pirámides”, una amplia mayoría de los productos anunciados son alimentos con elevado grado de procesamiento (“pseudoalimentos”, según Pollan, 2008), que “por su contenido o por su frecuencia de consumo, son en muchos casos la principal fuente” de ácidos grasos saturados y *trans*, azúcares y sodio, “que en exceso son responsables o corresponsables de la aparición” de obesidad, hipertensión arterial, enfermedades cardiovasculares y ciertos tipos de cáncer (Aesan, 2011: 3).

La publicidad termina formando parte de nuestro sentido común alimentario, de las nociones que “damos por supuestas” en nuestras teorías nutricionales cotidianas. ¿Qué es “comer bien”? ¿qué es “lo sano”, y ¿en qué prácticas de planificación, compra, cocinado, ingesta (en sus contextos familiares) y conservación se traduce? Estas teorías intuitivas y heurísticas son las que nos guían realmente en nuestras prácticas alimentarias.

Aunque las consecuencias sobre la salud pública son las más evidentes, el impacto de la publicidad alimentaria abarca otras dimensiones sistémicas, ambientales y culturales. Entre ellas, la publicidad alimentaria ofrece reiteradamente una imagen bucólica, idealizada, del sistema alimentario, en la que los productores son pequeños agricultores o ganaderos, en agradables granjas y huertos, “con la intención de inducir un sentimiento de confianza, de conexión, y autenticidad” (Jaffe y Gertler, 2006: 154). Esta publicidad no refleja las inmensas extensiones mecanizadas, las grandes fábricas transformadoras o los circuitos del comercio agrario que realmente describen cómo se producen actualmente los alimentos. La información que transmite este tipo de publicidad difícilmente puede contribuir a generar capacidades de decisión informada ni a mejorar las condiciones de ejercicio de una ciudadanía alimentaria (Gómez y Lozano, en este mismo número).

3. PUBLICIDAD ALIMENTARIA Y SALUD PÚBLICA EN ESPAÑA

Este apartado expone los resultados de un análisis empírico de la publicidad alimentaria en televisión. Ciertamente existen, y cada vez

con mayor peso, otras formas de promoción de alimentos a través de revistas, radio o Internet, especialmente en las redes sociales. De los aproximadamente 17.000 millones de euros dedicados a la publicidad, comunicación y promoción en España en 2012, las empresas dedicaban unos 4.650 millones de euros a la compra en medios. En ese apartado, los espacios en la televisión suponían el 39 por ciento, el doble que en los medios en Internet (AMES, 2012). Por el lado de la audiencia, el consumo televisivo en España también está creciendo. Los menores representan un grupo de amplia audiencia: según un estudio reciente del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC, 2013), los niños que cuentan entre 4 y 12 años destinan más horas a ver televisión que a la escuela.

Ambos argumentos –el de la oferta y el del consumo efectivo de televisión– justifican por sí solos la conveniencia de un estudio en profundidad sobre la publicidad televisiva alimentaria a la que estamos expuestos³. Para llevarlo a cabo, grabamos 120 horas de emisión de tres cadenas televisivas nacionales (Antena 3, Cuatro y Telecinco) en horarios comprendidos entre las ocho de la mañana y la una de la madrugada todos los días de la semana, durante abril, junio y noviembre de 2011. Obtuvimos y clasificamos un total de 2.732 anuncios, 536 de ellos de temática alimentaria, con 144 anuncios distintos. Los resultados de este análisis se describen a continuación.

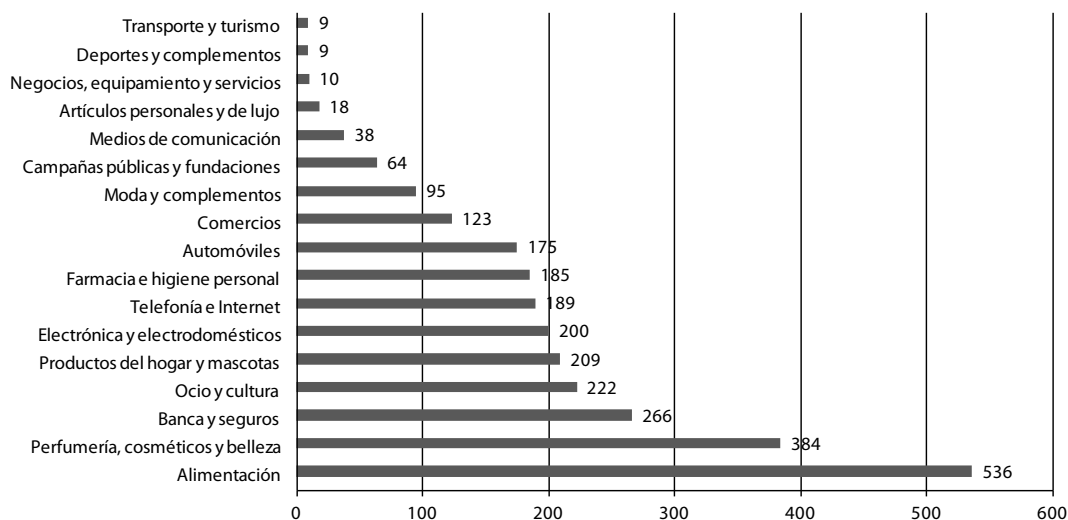
3.1. Peso y composición de la publicidad alimentaria

Si se preguntara a los telespectadores por los anuncios más frecuentes en la televisión española, la mayoría de ellos nombraría seguramente automóviles, perfumes y cosméticos, y los de servicios y dispositivos para las telecomunicaciones. Pero en realidad la categoría más nutrida de los anuncios emitidos en España es la de alimentación. Son de este tipo uno de cada cinco anuncios, un 40 por ciento más que los de perfumes y cosméticos, y cuatro veces más que los que nos animan a contratar teléfonos e Internet (gráfico 1).

³ Clasificamos la muestra a partir de la categorización del portal de anuncios televisivos en España para profesionales de la publicidad.

GRÁFICO 1

ANUNCIOS POR TEMÁTICA (N=2.732)



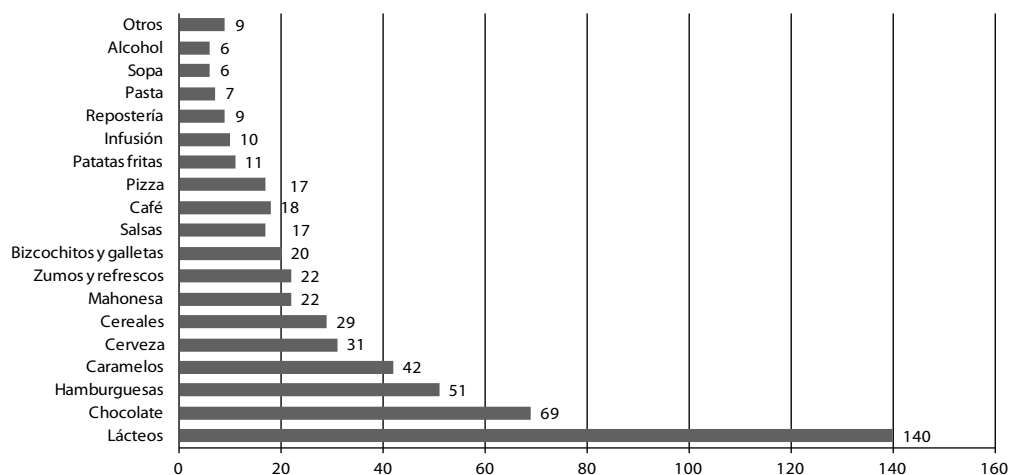
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del estudio.

Pero la clave reside en *qué* alimentos son los que se anuncian. La publicidad promueve un grupo muy concreto de ellos: los altamente procesados, mucho más abundantes en calorías y azúcar que en nutrientes. Aparecen así con

mucha frecuencia productos como chocolates (12,9 por ciento), hamburguesas (9,5 por ciento), caramelos o golosinas (7,8 por ciento) y refrescos (4,1 por ciento) (gráfico 2), y la mayoría dirigidos a un público infantil y juvenil. En cambio, alimen-

GRÁFICO 2

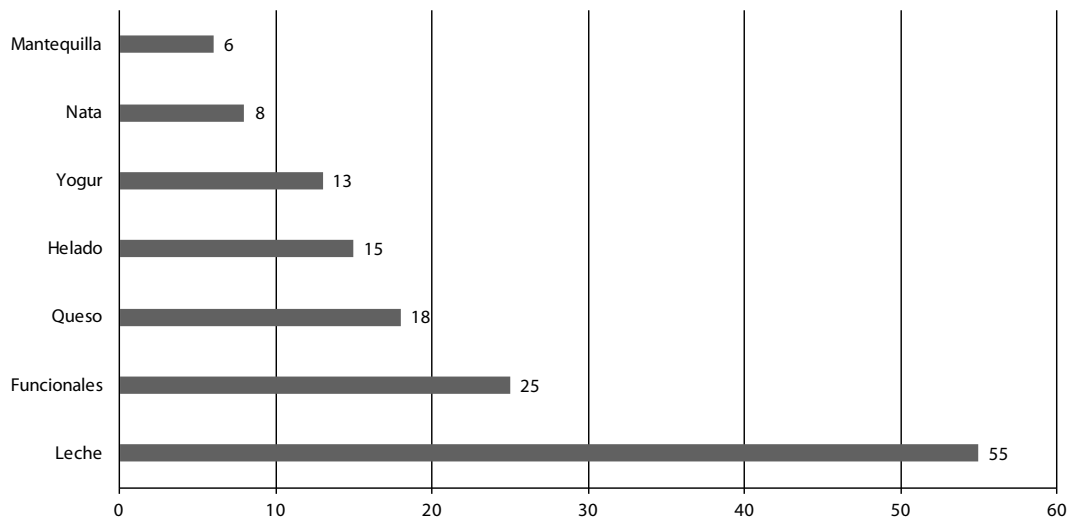
ANUNCIOS POR TIPO DE ALIMENTO (N=536)



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del estudio.

GRÁFICO 3

ANUNCIOS DE PRODUCTOS LÁCTEOS POR TIPO (N=140)



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del estudio.

tos claramente saludables y de consumo diario recomendado, como las frutas y verduras, aparecen tan solo en un anecdótico 0,4 por ciento. En el periodo en que se realizó el muestreo, los alimentos más publicitados fueron los lácteos, la leche en particular, seguida de alimentos funcionales⁴ (gráfico 3).

3.2. La pirámide alimentaria invertida

La mayoría de la gente alberga ideas más o menos claras sobre la conveniencia de que su dieta sea variada y equilibrada. La imagen pública de ese equilibrio es la *pirámide alimentaria*, que comenzó a difundirse en los años setenta del siglo pasado en Suecia, y cuya revisión para España, por la Sociedad Española de Nutrición Comunitaria, parte de la norteamericana de 1995. Esa pirámide alimentaria muestra una base de cereales, pan, arroz y pasta, preferiblemente integrales, sobre la que se asienta una franja compuesta por verduras, hortalizas y frutas, y a continuación una pro-

⁴ Elaborados no solo por sus características nutricionales, sino también para cumplir una función específica, como puede ser mejorar la salud o reducir el riesgo de contraer enfermedades.

porción similar de lácteos, por un lado, y carne, pescado, legumbres y huevos, por otro. Grasas y dulces figuran en la cúspide, en virtud de la conveniencia de un consumo escaso.

Sin embargo, los alimentos que conforman la “dieta televisiva” encajan mal en esta pirámide alimentaria y en las recomendaciones y campañas institucionales a favor de un estilo de vida sano basadas en ella. De hecho, las proporciones que, a partir de los anuncios publicitarios, cabe establecer entre grupos de alimentos es tal que dan lugar a una inversión de la pirámide de alimentación recomendada (gráfico 4). Esta pirámide invertida, que representa proporcionalmente los tipos de alimentos publicitados, mostraría todavía una mayor desviación de la ideal si se tuviera en cuenta que algunos productos, como las salchichas o las hamburguesas, y los menús en los que se promocionan, no se corresponden realmente con su grupo “equivalente” en la pirámide recomendada (en este caso, el de proteínas de origen animal), puesto que contienen otros nutrientes en alta proporción, especialmente grasas. Mayor sería también la desviación de una dieta saludable si se introdujeran las bebidas azucaradas en este análisis, que aportan básicamente lo que los expertos denominan “calorías vacías”.

GRÁFICO 4

PIRÁMIDES ALIMENTARIAS DEL MINISTERIO DE SANIDAD Y DE LA PUBLICIDAD TELEVISIVA



Fuente: Elaboración propia; a la izquierda, a partir de la pirámide recomendada por el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad en 2013, y a la derecha, a partir de los datos del estudio sobre anuncios únicos (N=144).

En todo caso, los resultados obtenidos son consistentes con estudios recientes, como el de los investigadores del servicio de medicina preventiva del Hospital Universitario La Princesa de Madrid (Cuevas-Casado *et al.*, 2012) y el de la Escuela Nacional de Sanidad del Instituto de Salud Carlos III, que califican de poco saludables más de la mitad de los productos alimentarios anunciados, proporción que se eleva a más de dos tercios en el horario de protección especial para los niños (Romero-Fernández *et al.*, 2013).

4. LA PERSUASIÓN PUBLICITARIA

Una nutrición saludable supondría mantener una actitud analítica, es decir crítica, hacia la publicidad alimentaria. La cuestión es: ¿somos realmente capaces de resistir estos estímulos, que mezclan la persuasión y los gustos heredados de la evolución humana (que predisponen hacia lo dulce, lo salado y lo grasoso [Kessler, 2009])?

Para tratar de dar una respuesta a esta pregunta, entre junio de 2011 y enero de 2014 realizamos 60 entrevistas semidirectivas. El número de entrevistados se dividió por igual entre con-

sumidores “convencionales” y “alternativos” (en esta categoría incluimos a los *veganos*, que rechazan todo producto de origen animal, y los “agroecológicos”). Distinguimos también entre consumidores por su forma de abastecimiento alimentario principal, identificando, por un lado, a los “alternativos”, que se abastecen a través de cooperativas de consumo agroecológico (que sirven productos directamente provenientes de productores que no emplean pesticidas o fertilizantes químicos), y a los “convencionales”.

De acuerdo con nuestra hipótesis, estos perfiles representarían no solo posiciones distantes en cuanto al consumo, sino también en cuanto al conocimiento del sistema alimentario y de las consecuencias de un tipo y otro de producción y distribución; y, por tanto, podrían estar asociados a distintos modos de hacer frente a la publicidad alimentaria. Sin pretender resultados representativos de una población de millones de personas, a través de estas entrevistas intentamos acercarnos a diferentes discursos sobre la publicidad y crear algunas categorías de análisis útiles a partir de cierto número de casos de estudio (Small, 2009).

Durante la entrevista presentamos a los participantes cuatro anuncios televisivos de *ketchup*,

queso, patatas fritas y cereales. Nuestra expectativa era que emplearían lo que sabían de la producción de estos alimentos para desactivar su representación idealizada en estos anuncios, escogidos entre los que hacían más evidente esta distorsión entre las formas de producción y los relatos publicitarios. Pero el resultado no se ajustó exactamente a la expectativa. Todos los entrevistados, tanto “convencionales” como “agroecológicos”, se consideraban perfectamente capaces de autoprotegerse de la la publicidad. “Yo no creo mucho en la publicidad, no estoy absolutamente de acuerdo”, como decía un entrevistado “convencional”. Los fundamentos de ese “descreimiento” eran varios. Por un lado, decodificaban los mensajes en función del interés de las empresas por las ventas y la búsqueda de beneficios:

“Estos anuncios en televisión no creo que se acerquen a la realidad, ni que a esa empresa le interesen realmente los productos que les echan, ni si son ecológicos en sí, o si respetan el medio ambiente. Creo que les interesa el simple negocio ¿no?, porque es una empresa”. [Convencional]

“No, si es que aquí les da igual, quiero decir, aquí es una mera pantalla, es decir aquí no importa, aquí lo que interesa es vender. Es como si te estuvieran vendiendo un tornillo ¡da igual, da igual!” [Alternativo]

También ponían en juego su imagen de las tácticas publicitarias. Por ejemplo, suponían que los anunciantes conocen las *debilidades* de sus productos, y tratan de prevenirlas o compensarlas. Así, en el anuncio de *ketchup*, la botella sale de una mata de tomate que crecía aceleradamente. Los entrevistados advertían que los anunciantes perseguían generar la impresión de naturalidad o salubridad de los alimentos. Recursos de este tipo los encontraron también en el anuncio de patatas, realizado en su totalidad en un campo de trigo, o en el del queso, con sugerentes imágenes de prados alpinos.

“Estos *spots* van previamente dirigidos a contrarrestar algo que ellos han visto, algún fallo, alguna pega que pone el consumidor en estudios de mercado”. [Convencional]

“Evidentemente ahora todo el mundo está entrando por el tema de la comida lo más natural posible, con menos conservantes

y colorantes, escuchas por un lado y escuchas por otro, y bueno, es una manera de, yo creo, de venderte cierto tipo de productos que hasta ahora son, o por lo menos este, considerados poco menos que de consumo rapidísimo y de bajas cualidades”. [Convencional]

La publicidad alimentaria recurre frecuentemente a imágenes o situaciones evocadoras, como un llamamiento a la nostalgia, la tradición o los valores familiares. Así, en los anuncios en los que aparece la figura del productor o del elaborador, la imagen es la del agricultor tradicional y la de la elaboración artesana. También aquí las respuestas de los entrevistados prueban su conocimiento de estas estrategias de comunicación comercial:

“Partiendo de la visión idílica del campo, la juventud, el hortelano, aparentemente labrador que hay allí, y en donde podemos jugar ¿no? Es muy sensual por otro lado, por el trigo, y todo eso”. [Alternativo]

“La vaca con la leche, como que es muy natural; luego vemos a la gente haciéndolo [el producto anunciado], casi parece que es una producción artesanal o natural, que en la realidad me imagino que no, porque eso es una gran fábrica, que no hay tanta gente. La gente ahí con esos sombreros como de cocineros, porque eso también alude un poco a lo artesanal, pero no creo que sea así”. [Convencional]

Ahora bien, mientras que en las respuestas de los entrevistados abundan las afirmaciones sobre *agentes* (empresas, agencias publicitarias) y *tácticas*, los conocimientos son más escasos cuando se les pregunta explícitamente por el proceso de elaboración industrial de estos alimentos. Ningún consumidor, ni siquiera los “alternativos”, se mostró capaz de describirlos con precisión, aunque todos trataban de reconstruir este conocimiento proyectando e imaginando a partir de heurísticos (reglas simplificadas de pensamiento y deducción), y reconociendo que este tipo de información no suele estar fácilmente al alcance.

“Lo importante no es tanto lo que se dice, sino lo que no se dice. O sea, aquí es que lo que tú estás comprando es todo cuanto no se dice, y todo cuanto los grandes medios ocultan respecto del proceso de produc-

ción de la cadena de producción de alimentos, ¿no?, industriales. Y eso está muy bien para invisibilizar lo que realmente se hace con los alimentos, está bien. Está bien hecho [en tono irónico]". [Alternativo]

"Hombre, eso ya es otro cantar, pues no lo sé, porque ¿eso cómo lo sabes? Eso es el problema, cómo sabes eso; es que yo me pregunto muchas veces: ¿y cómo sabes tú que eso es realmente lo que hay? Yo he oído que el *ketchup* no es malo, es más bien bueno, porque tiene tomates, lógicamente tiene tomate; el problema está en las cosas que les añaden, digo yo, ¿pero cómo lo sabes?". [Convencional]

Entre los consumidores convencionales, este desconocimiento les lleva en ocasiones a expresar su confianza en expertos, normativas y procesos industriales, al contrario que entre los alternativos.

"Pues porque tiene química y tiene productos aditivos, pero si está autorizado también confío en que no es nocivo para la salud, salvo para la gente mayor, pero los niños crecerán con el *ketchup* y todo eso ¡siempre!" [Convencional]

Friestad y Wright (1994) integraron los mismos tres tipos de información que hemos identificado aquí –lo que saben los espectadores de las empresas de publicidad (los agentes), de cómo hacen persuasivos sus mensajes (tácticas) y de los propios bienes publicitados– en su "modelo de conocimiento de persuasión", para explicar cómo los consumidores interpretan e intentan escapar a los intentos de persuasión publicitaria. De acuerdo con este modelo, el conocimiento de persuasión varía culturalmente y no aparece automáticamente con la edad, puesto que depende tanto de la maduración de algunas habilidades cognitivas básicas como de la experiencia acumulada en encuentros sociales y la exposición al discurso social acerca de la publicidad (Friestad y Wright, 1994: 6). Se trata, en realidad, de un modelo de interacción mutua, ya que vendedores y consumidores desarrollan continuamente modelos mentales de su "contraparte", generando creencias acerca de cómo persuadir y cómo hacer frente a la persuasión, en una especie de "carrera armamentística" de tácticas y conocimientos que facilitan la resistencia (Friestad y Wright, 1994: 13).

Por tanto, de acuerdo con el modelo de conocimiento de persuasión, la gente se sabe objeto de las estrategias persuasivas de la publicidad y se resiste a ellas. El modelo coincide con el *sentido común publicitario* de los entrevistados que participaron en la investigación aquí expuesta: los conocimientos sobre el funcionamiento del mercado y sobre las tácticas publicitarias aplicadas en miles de anuncios bastarían para enfrentarse eficazmente a la publicidad. Aquí hay que señalar un problema inherente al diseño de esta investigación: pedimos a los entrevistados que prestasen atención a los anuncios escogidos; es decir, que los procesasen de manera muy distinta a las condiciones normales en las que lo harían en su experiencia cotidiana. Pero, además, las propias estrategias de diseño publicitario hacen que la ruta de la atención constante y del conocimiento de persuasión no sea suficiente, o adecuada, para resistirse a ellas. Para entender por qué, puede tomarse como ejemplo un anuncio que, en lugar de mostrarse gráficamente, se describió con palabras pidiendo al lector que se sumergiera en él:

"Naturaleza de fondo mientras una familia viaja en coche hacia una masía. El sol se desplaza detrás de los árboles, una joven sonriente disfruta del viaje, los rayos de sol entran en la cámara, un primer plano de su cara. De fondo, se escucha una canción fresca e ingenua y la narración de una joven voz femenina. Al llegar, la abuela les recibe a la puerta para abrazarles. Madre e hija pasean por un huerto de hierbas aromáticas y tomates. El padre atraviesa un trigal mientras las doradas espigas se balancean con el viento. Se acarician frutas, se huele una rama de romero, se camina descalzo por un huerto....".

Este mundo de sensaciones, de familia, naturaleza y vida, parece estar lejos del modelo de conocimiento de persuasión de la publicidad. La misma idea de persuasión parece aquí inadecuada, puesto que no cabe apenas definir un "mensaje". Podría servir quizá el conocimiento genérico del agente como empresa interesada en las ventas. Pero, ¿qué rechazaríamos exactamente: las masías, los árboles, la familia, la naturaleza? Las herramientas "comunes" para hacer frente a la publicidad probablemente aquí resulten insuficientes.

Otro tipo de anuncio muy común entre los que se difunden en la televisión, también en la

española, puede contribuir a entender mejor las dificultades de resistencia al influjo publicitario. Los anuncios humorísticos forman un 36,4 por ciento de nuestra muestra, proporción que está en la media de las estimaciones de otros estudios (Strick *et al.*, 2009: 35). Uno de los vídeos que empleamos en las entrevistas ofrecía un ejemplo de esta estrategia publicitaria: una conocida marca de quesos que se presentan bajo una forma normal, pero a muy pequeña escala, trasladada en su publicidad televisiva esta idea a su producción, de manera que desde los que ordeñan las vacas a los que elaboran el producto en la fábrica aparecen como diminutos. La sonrisa es casi inevitable al ver a los que pretenden extraer la leche de la –proporcionalmente enorme– vaca, “lidiar” con este problema.

Como señalan Strick y sus colaboradores (2009), “los que ríen están inermes”: es mucho más difícil resistirse a la persuasión cuando se han activado las sensaciones agradables que desencadena la resolución humorística del anuncio, y a la vez se han desactivado las funciones más analíticas. El humor actúa a través de dos vías en la publicidad: como distractor del procesamiento cognitivo, y como generador de asociaciones positivas con el producto. Estas precisamente son las claves para entender cómo funcionan las estrategias publicitarias actuales.

5. EL POTENCIAL DE LAS EMOCIONES PARA LA PUBLICIDAD

Muchos de los mensajes publicitarios de otras épocas eran básicamente informativos, esto es, mostraban las características del producto, los beneficios o las razones por las que adquirirlo, pues se esperaba del consumidor que eligiese racionalmente sus compras. Esta intención de convencer a los lectores de las bondades del producto puede apreciarse en versión hiperbólica en uno de los primeros anuncios de café de la historia, el aparecido en el *Public Adviser* londinense en 1657, que describía este nuevo brebaje en el florido inglés de la época como:

“Una bebida muy saludable y Física, con muchas y excelentes virtudes: cierra el Orificio del Estómago, fortalece el calor interior, ayuda a la Digestión, aviva el Espíritu, aligera el Corazón, es buena para los Orzue-

los, la Tos, el Reúma, la Consunción, el Dolor de cabeza, la Hidropesía, la Gota, el Escorbuto, el Mal del Rey [la escrófula] y muchas otras” (Crozier *et al.*, 2011: 18).

Claro es que los anuncios de este tipo, como los de detergentes que proclaman “lavar más blanco que los demás”, dependen de que sus receptores estén atentos a sus mensajes, los comprendan y los recuerden. Modelos clásicos como el de McGuire (1968) describen este procesamiento activo de la información presentada por la publicidad a través de etapas sucesivas. La publicidad ha de impactar positivamente en cada etapa de procesamiento antes de que la siguiente pueda ocurrir, y una mayor influencia positiva en cada etapa conduce a una publicidad más eficaz. Estos modelos de procesamiento de la información han constituido, en gran medida, la “teoría de la publicidad” vigente desde hace 50 años (Heath y Feldwick 2008).

Pensando, sin embargo, en las condiciones en las que normalmente se ve la publicidad televisiva, cabe suponer que los anuncios son para los espectadores interrupciones, distracciones y, en general, una molestia que va a ser ignorada, más que un mensaje persuasivo que va a ser memorizado. La televisión no se ve para aprender sobre marcas y productos, y, además, los telespectadores están expuestos a una oferta continua de anuncios, cuyo análisis en profundidad no es posible por falta de tiempo o de disposición. Salvo en casos de fuerte implicación, que difícilmente puede sostenerse de manera prolongada, la publicidad televisiva se procesa en un nivel de atención muy bajo. Sin embargo, este escaso procesamiento no implica necesariamente una parca efectividad. Y ello porque el cerebro humano responde primero emocionalmente a los estímulos sensoriales. Este “procesamiento emocional”, que constituye el grueso del que realiza el cerebro, sucede “por debajo” del nivel consciente, en zonas desconectadas incluso de los centros del lenguaje. Como Damasio (1994) y otros neurocientíficos han apuntado, los circuitos del cerebro humano permiten tomar una medida emocional primitiva de los objetos del entorno, antes incluso de cobrar conciencia de ello. El objeto que ha sido “etiquetado” con un marcador emocional indica inmediatamente si se trata de algo que se debe abordar o evitar.

El procesamiento de los mensajes puede ocurrir por dos vías: una central o sistemática, en

la que se analizan de forma profunda los argumentos, y una periférica o heurística, que opera a través de otras señales presentes en la publicidad, como la música, los paisajes agradables o situaciones atrayentes, todas ellas más accesibles y no ligadas necesariamente al contenido del mensaje. La utilización de una u otra ruta variará en función del contexto, un entorno ruidoso, la rapidez en la presentación del mensaje, del interés o motivación del individuo, y de su capacidad para tratar la información contenida en el mensaje, si bien la asignación del esfuerzo puede también ser decidida voluntariamente. En casos de alta implicación o de capacidades bien entrenadas, es más frecuente emplear procesos sistemáticos que requieren un considerable esfuerzo cognitivo; en cambio, situaciones de baja implicación o entrenamiento llevan a ejercer un esfuerzo menor (Petty y Cacioppo, 1986).

Sí, pero ¿por qué una menor atención mejoraría la eficacia de la publicidad, como parece indicar el uso del humor? Esta parte del argumento puede parecer contraintuitiva e incluso paradójica. Pero la publicidad hace algo más que aportar un mensaje racional: establece asociaciones emocionales positivas, y es sabido que el contenido emocional se procesa de manera más eficiente a bajos niveles de atención. Históricamente, la publicidad emocional se desarrolla precisamente cuando unas marcas intentan diferenciarse de otras respecto a las que existen pocas diferencias sustantivas, por ejemplo de sabor, dentro de una misma categoría de productos. La distinción entre Coca-Cola y Pepsi proporciona un ejemplo clásico: aunque la mayoría de los consumidores preferían el sabor de Pepsi al de Coca-Cola en una prueba a ciegas, podía demostrarse el fuerte apego emocional de los bebedores de Coca-Cola a la marca incluso a nivel neurológico (McClure *et al.*, 2004).

Este paradigma de “marketing emocional” ha terminado por ser central para la publicidad actual. Algunos analistas ven en este paradigma la clave del funcionamiento real de la publicidad, incluso en contra de las propias teorías de los publicistas, y de sus herramientas de análisis:

“Hemos transformado nuestro conocimiento sobre cómo procesamos la emoción sin atención, e incluso cambiado la forma en la que contemplamos la propia conciencia. Y, por supuesto, ahora sabemos que la comunicación emocional desem-

peña un papel clave en la toma de decisiones y en nuestras relaciones. Como resultado, hemos podido darle la vuelta a mucho de lo que creía el *lobby* de la persuasión. Por ejemplo, la idea de que la creatividad hace que nos gusten más los anuncios y que les prestemos más atención resulta ser errónea; si acaso, tendemos a prestar menos atención a los anuncios creativos porque no nos sentimos amenazados por ellos. Pero cuanta menos atención prestamos, en *menor* medida generamos argumentos contrarios; y, por ello, la comunicación a nivel subconsciente de la influencia emocional es *más* eficaz” (Heath, 2012: 220).

6. FORMAS DE RESISTENCIA DE LOS CONSUMIDORES

Todo lo anterior debe llevar a reconsiderar las dificultades de resistirse en la práctica a la publicidad, y puede comenzar a explicar aquella vehemencia e intensidad que refleja la primera cita de este artículo. En este punto, las diferencias entre los perfiles de los entrevistados (“convencionales” y “alternativos”) se revelaron especialmente importantes. Como señalan Harris, Brownell y Bargh (2009) en su modelo de resistencia a la publicidad alimentaria, deben darse cuatro condiciones para que las personas se resistan de forma efectiva a los anuncios de alimentos: conciencia, comprensión, capacidad y motivación⁵. La capacidad de resistir a la influencia de la publicidad será diferente no solo por las diferentes formas de *marketing* en diferentes contextos, sino por los diferentes recursos cognitivos y motivacionales para inhibir el deseo de consumir los productos que comúnmente se presentan en los anuncios.

Mientras ambos tipos de consumidores mostraron similares capacidades cognitivas para hacer frente a la persuasión publicitaria, a partir de lo que sabían sobre agentes y tácticas, la motivación de unos y otros para resistirse resultó ser muy diferente. El posicionamiento moral de los dos tipos de consumidores explica las diferen-

⁵ La conciencia se entiende como la atención consciente a los estímulos de *marketing* y la comprensión de su intención persuasiva; la comprensión se refiere a los efectos derivados de la exposición a estímulos y a cómo defenderse eficazmente contra ellos; la capacidad, a los recursos cognitivos disponibles para resistir eficazmente, y la motivación, al deseo de resistir.

cias, no solo en cuanto a su deseo de oponerse a la publicidad de los alimentos procesados, sino también en cuanto a la elevada carga emotiva que impregna su discurso. Así, un consumidor convencional puede recibir los mensajes con agrado, en tanto que otro alternativo, mostrar ante los mismos aversión. Veamos primero dos ejemplos de una respuesta típica de aceptación:

“Hombre, pues nos lo están diciendo muy bien. Lo ponen genial porque sale ahí el tomatito, hombre, luego lo ves como envasado bien. El anuncio como anuncio está muy bien y, pues, no sé qué decirte. Yo eso sí que lo tomo, a veces, a veces, tomamos el *ketchup*, tampoco es que me guste mucho, pero con los hijos y tal así, pues sí, si se toma y me gusta. Pero como anuncio es precioso, siempre está más bonito que te lo presenten así. Aquí te lo presentan de otra manera. Está muy bonito presentado, no me había dado cuenta yo de ese anuncio”. [Convencional]

“Está muy bien presentado y, además, está muy bien presentado para los jóvenes, para que se las lleven los jóvenes, que no abulta nada, que esa es la sensación porque las patatas fritas también se te deshacen en cuanto las llevas a cualquier sitio, pero eso es muy cómodo. No sé, no sé porque no las he comido, esas no las he comido, no tengo ni idea. En cuanto a los anuncios, es que ya te digo, es que los anuncios son una maravilla... es que los anuncios se nos meten por los ojos”. [Convencional]

En cambio, antes los anuncios proyectados, los consumidores alternativos a menudo resoplaban, se retorcían físicamente y negaban con la cabeza:

“...y yo tengo que creerlo, como si creyera a Dios que ... me están dando productos naturales... [se trata de] hacerte natural lo que es un producto completamente artificial, para engañarte, para que compres; información sobre si alimenta o no, sobre lo que contiene o no, tampoco: nada, absolutamente nada”. [Alternativo]

La emoción en las respuestas es indicativa de la disconformidad que subyace a ellas. Expresan un elevado grado de motivación resistente a los productos de la publicidad, a las estrategias

publicitarias y, en definitiva, a formar parte de un sistema alimentario protagonizado por tales productos. El origen de esta motivación desigual se remite a toda una *biografía alimentaria* alternativa, con acceso a otras fuentes de información sobre salud y nutrición, cuyo detonante a menudo puede ser un problema o una preocupación relacionada con la salud, o también el nacimiento de un hijo. Aun así, la dificultad de navegar a contracorriente, frente a un contexto alimentario muy distinto, emerge una y otra vez en las entrevistas:

“Pues hace como unos cuatro años. A raíz un poco de todo lo que ves en la tele, de enfermedades, sobre todo; [...] pero sobre todo, a lo mejor más, a partir de que me quedé embarazada, pues intentas cuidar un poco todo el tema de la alimentación para proteger un poco, pues, lo que viene al mundo. Y luego, con el niño, pues intento tener mucho cuidado, aunque es muy difícil ¿eh?, por el tema del entorno que tienen los niños ahora mismo, el tema de las chuches, cumpleaños y derivados, que aunque intentas protegerle mucho, es que muchas veces es inevitable” [Alternativo].

“Incorporar mi hábito de consumo desde la propia conciencia, pues me ha costado mi tiempo... Y entonces eso lo tienes que modificar en tus propios hábitos, y eso no es nada fácil, a mí me parece muy complicado” [Alternativo].

7. CONCLUSIÓN

La publicidad alimentaria presenta productos cuya frecuente ingesta impide la práctica de una dieta sana, sin exceso de grasas, azúcares y sodio, que propone el discurso de los responsables sanitarios y de los expertos para combatir los riesgos de obesidad, la diabetes tipo 2 y las enfermedades cardiovasculares, entre otras. Sin embargo, resulta difícil resistirse a la publicidad, que opera en gran medida mediante asociaciones emocionales, en lugar de mensajes explícitos o ítems de información susceptibles de atención serena y procesamiento crítico.

Precisamente la dificultad de sostener esta intensa vigilancia emocional y cognitiva, que no cabe exigir a los consumidores, obliga a consi-

derar si es suficiente la protección a los ciudadanos, en particular los más jóvenes, contenida en la legislación actual. Como señalan Harris y Graff (2012: 219) respecto del estatus de la publicidad como “opinión” en Estados Unidos, “es difícil entender por qué una publicidad diseñada para persuadir sin que los consumidores sean conscientes de ello, o desarrollada para apelar específicamente a las vulnerabilidades de los jóvenes” debería ser protegida. En general, la publicidad alimentaria no proporciona información sobre características de los alimentos que los consumidores pudieran emplear como base de decisiones racionales. Y, sin embargo, desde las instituciones se insiste en la necesidad de hacer llegar a los consumidores más información para que escoja dietas saludables, elección de la que ellos son los principales responsables.

Como sucede con buena parte de los grandes asuntos públicos a los que deberemos enfrentarnos en los próximos años, como el cambio climático o la pérdida de eficacia de los antibióticos, también en la alimentación los ciudadanos se ven afectados por sesgos sistemáticos de todo tipo, cognitivos, emocionales y sociales. La teoría de los ciudadanos racionales que escogen libremente a partir de sus preferencias desconoce las aportaciones de varias décadas de neurociencia. Como señala el premio Nobel Daniel Kahneman (2011), “una derivada perniciosa del modelo del agente racional llevado al extremo es que se supone que los clientes no necesitan protección más allá de asegurar que se revela toda la información relevante”.

A pesar de la creciente complejidad del actual sistema alimentario, cabe plantearse si el conocimiento fehaciente de la existencia de riesgos para la salud en algunas prácticas alimentarias debería provocar respuestas políticas más firmes. Las consistentes en añadir nuevas capas de información (de cuyo procesamiento y aplicación se hace responsable a un consumidor ya sobrecargado) no parecen suficientes. Como afirmaba el Relator Especial de las Naciones Unidas, Olivier De Schutter, al presentar su Informe sobre el derecho a una alimentación adecuada (De Schutter, 2011), “[l]os intentos de promover una alimentación sana solo funcionarán si se corrigen los sistemas alimentarios que los sustentan. Los gobiernos se han centrado en el aumento de la disponibilidad de calorías, pero a menudo han sido indiferentes a qué tipo de calorías ofertan, a qué precio, a quiénes se ofrecen y la forma en

que se comercializan” (U.N. News Centre, 2012). Como esperamos haber mostrado, la publicidad alimentaria, sus nuevas estrategias y sus riesgos para la salud pública deben formar parte de este debate.

BIBLIOGRAFÍA

AESAN (2011), “Informe 2011-008 sobre disminución del contenido de determinados nutrientes en los alimentos transformados” (extraído el 10 de febrero de 2014 de http://aesan.mssi.gob.es/AESAN/docs/docs/evaluacion_riesgos/comite_cientifico/CRITERIOS_NUTRIENTES.pdf).

AMES (2012), *Análisis del marketing en España* (extraído el 21 de mayo de 2014 de: <http://www.asociacionmkt.es/wp-content/uploads/AMES201227N13.pdf>).

BARR-ANDERSON, D.J.; LARSON, N.I.; NELSON, M. C.; NEUMARK-SZTAINER, D. y M. STORY (2009), “Does television viewing predict dietary intake five years later in high school students and young adults?”, *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 6: 7.

CHAPMAN, C.D.; BENEDICT, C.; BROOKS, S.J. y H.B. SCHLÖTH (2012), “Lifestyle determinants of the drive to eat: A meta-analysis”, *The American Journal of Clinical Nutrition*, 96: 492-497.

CHOU, S.Y.; RASHAD, I. y M. GROSSMAN (2008), “Fast-food restaurant advertising on television and its influence on childhood obesity”, *Journal of Law and Economics*, 51: 599-618.

CONSEJO AUDIOVISUAL DE CATALUÑA (CAC) (2013), *Libro Blanco. La educación en el entorno audiovisual* (extraído el 20 de enero de: <http://www.observatoriovermastv.org/imagenes/libroblancoCAC.pdf>).

CROZIER, A.; ASHIHARA, H. y F. TOMÁS-BARBERÁN (eds). (2011), *Teas, Cocoa and Coffee: Plant Secondary Metabolites and Health*, Hoboken (NJ), Wiley-Blackwell.

CUEVAS-CASADO, I.; ROMERO-FERNÁNDEZ, M.M. y M.A. ROYO-BORDONADA (2012), “Use of nutrition marketing in products advertised on TV in Spain”, *Nutrición Hospitalaria*, 27 (5): 1569-1575.

DAMASIO, A. (1994), *Descartes' Error*, Nueva York, Putnam.

DE SCHUTTER, O. (2011), *Promotion and Protection of All Human Rights, Civil, Political, Economic, Social and Cultural Rights, including the Right to Development*, Nueva York, Asamblea General de la ONU (extraído el 21 de mayo de 2014 de: http://www.srfood.org/images/stories/pdf/officialreports/20120306_nutrition_en.pdf).

EL PUBLICISTA (2014), *La publicidad más eficaz según los anunciantes* (extraído el 21 de mayo de 2014 de: http://www.elpublicista.es/frontend/elpublicista/noticia.php?id_noticia=17954).

EPSTEIN, L.H.; ROEMMICH, J.N.; ROBINSON, J. L.; PALUCH, R.A.; WINIEWICZ, D.D.; FUERCH, J.H. y T.N. ROBINSON (2008), "A randomized trial of the effects of reducing television viewing and computer use on body mass index in young children", *Archives of Pediatric and Adolescent Medicine*, 162: 239-245.

FRIESTAD, M. y P. WRIGHT (1994), "The persuasion knowledge model: How people cope with persuasion attempts", *Journal of Consumer Research*, 21(1): 1-31.

HARRIS, J. L.; BARGH, J. A. y K. D. BROWNELL (2009), "Priming effects of food advertising on eating behavior", *Health Psychology*, 28(4): 404-413.

HARRIS, J. L.; BROWNELL, K. D. y J.A. BARGH (2009), "The food marketing defense model: Integrating psychological research to protect youth and inform public policy", *Social Issues and Policy Review*, 1(3): 211-271.

HARRIS, J. L., y S.K. GRAFF (2012), "Protecting young people from junk food advertising: Implications of psychological research for First Amendment law", *Journal of Public Health*, 102(2): 214-222.

HEATH, R. (2012), *Seducing the Subconscious. The Psychology of Emotional Influence in Advertising*, Hoboken, Wiley-Blackwell.

HEATH, R. y P. FELDWICK (2008), "Fifty years using the wrong model of advertising", *International Journal of Market Research*, 50(1): 29-59.

JAFFE, J. y M. GERTLER (2006), "Victual vicissitudes: Consumer deskilling and the

(gendered) transformation of food systems", *Agriculture and Human Values*, 23(2): 143-162.

KAHNEMAN, D. (2011), *Thinking, Fast and Slow*, Nueva York, Farrar, Straus and Giroux.

KESSLER, D. (2009), *The End of Overeating: Taking Control of the Insatiable American Appetite*, Emmaus (PA), Rodale.

MATA, M.; ANTONANZAS, F.; TAFALLA, M. y P. SANZ (2002), "El coste de la diabetes tipo 2 en España: el estudio CODE-2", *Gaceta Sanitaria*, 16, 6, 511-520.

MCCLURE, S.M.; LI, J.; TOMLIN, D.; CYPERT, K.S.; MONTAGUE, L.M. y P.R. MONTAGUE (2004), "Neural correlates of behavioral preference for culturally familiar drinks", *Neuron*, 44: 379-387.

MCGUIRE, W.J. (1968), "Theory of the structure of human thought", en: ABELSON, R.P.; MCGUIRE, W. J.; NEWCOMB, M.; ROSENBERG, J. y P. H. TANNENBAUM (eds.), *Theories of Cognitive Consistency: A Sourcebook*, Chicago, Rand McNally: 140-162.

MOSS, M. (2013), *Salt Sugar Fat: How the Food Giants Hooked Us*, Nueva York, Random House.

OMS (2010), "Conjunto de recomendaciones sobre la promoción de alimentos y bebidas no alcohólicas dirigida a los niños", Ginebra, Organización Mundial de la Salud.

PETTY, R.E. y J.T. CACIOPPO (1986), "The elaboration likelihood model of persuasion", *Advances in Experimental Social Psychology*, 9: 123-205.

POLLAN, M. (2008), *In Defense of Food. An eater's manifesto*, Nueva York, Penguin.

ROMERO-FERNÁNDEZ, M.M.; ROYO-BORDONADA, M.A. y F. RODRÍGUEZ-ARTALEJO (2013), "Evaluation of food and beverage television advertising during children's viewing time in Spain using the UK nutrient profile model", *Public Health Nutrition*, 16(7): 1314-1320.

RUSMEVICHIENTONG, P.; STRELETSKAYA, N.A.; AMATYAKUL, W. y H.M. KAISER (2014), "The impact of food advertisements on changing eating behaviors: An experimental study", *Food Policy*, 44: 59-67.

SMALL, M. (2009), "How many cases do I need?": On science and the logic of case selection in field-based research", *Ethnography*, 10(1): 5-38.

STRICK, M.; VAN BAAREN, R. B.; HOLLAND, R. W. y A. VAN KNIPPENBERG (2009), "Humor in advertisements enhances product liking by mere association", *Journal of Experimental Psychology*, 15(1): 35-45.

U.N. NEWS CENTRE (2014), "UN expert urges global regulatory regime to battle artery-clogging junk foods", 19 de mayo (extraído el 21 de mayo de 2014 de: http://www.un.org/apps/news/story.asp?NewsID=47826#.U3yl41h_shN).

VEERMAN, J.L.; VAN BEECK, E.F.; BERENDREGT, J.J. y J.P. MACKENBACH (2009), "By how much would limiting TV food advertising reduce childhood obesity?" *European Journal of Public Health*, 19(4): 365-369.

La obesidad, enfermedad del desarrollo

PALOMA HERRERA RACIONERO*

RESUMEN

Cuando “más es mejor” se ha convertido en uno de los ideales más arraigados del imaginario moderno, la figura del obeso encarna, literalmente, las paradojas inherentes a ese ideal. La enormidad de su peso (individual) y de su número (global) delata las contradicciones de un crecimiento incontrolado que se rechaza en los cuerpos singulares, pero parece aplaudirse en el cuerpo social. Las políticas y presiones por reducir los cuerpos obesos pueden ser esfuerzos vanos si no se acompañan de empeños análogos por enfrentar ese ideal de crecimiento y desarrollo, más allá de su mera materialización en los cuerpos y los alimentos.

1. OBESIDAD Y SOBREPESO EN ESPAÑA

Desde los años ochenta del pasado siglo, la obesidad se ha convertido en uno de los problemas nutricionales más importantes para la salud pública. Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), en el año 2008, aproximadamente 1.400 millones de personas mayores de 20 años sufrían sobrepeso, de las cuales, más de 500 millones padecían obesidad¹. En España, las cifras no son más optimistas: la obesidad en adultos superaba el 17 por ciento de la pobla-

ción en 2012, y las tasas de obesidad en niños se encuentran entre las más altas de los países de la OCDE. Estos datos sitúan la obesidad como el séptimo factor de riesgo que más mortalidad causa a nivel mundial, asociada a las enfermedades cardiovasculares, la diabetes, los trastornos del aparato locomotor (en especial, la osteoartritis, una enfermedad degenerativa de las articulaciones muy discapacitante) y algunos cánceres (de endometrio, mama o colon).

La causa directa del sobrepeso y la obesidad está, al menos aparentemente, bastante clara: un desequilibrio energético entre las calorías ingeridas y las gastadas, provocado por el aumento de la ingesta de alimentos hipercalóricos, ricos en grasa, sal y azúcares, pero pobres en vitaminas, minerales y otros micronutrientes, junto con un descenso en la actividad física, provocado por las nuevas formas de vivir y trabajar. Efectivamente, la considerada ya como pandemia del siglo XXI, se explica principalmente por el cambio experimentado en nuestra forma de vivir y en nuestros hábitos alimentarios. Trabajos sedentarios y mecanizados, desplazamientos en medios de transporte, ocio frente al televisor... Estas y otras prácticas disminuyen nuestro gasto energético sin una disminución similar de nuestra ingesta de alimentos. Por otro lado, las comidas rápidas, en las que predominan alimentos precocinados, han ido sustituyendo a los “pucheros”; la dieta básica en la que predominaban los hidratos de carbono ha sido sustituida por las grasas (Del Pozo *et al.*, 2012).

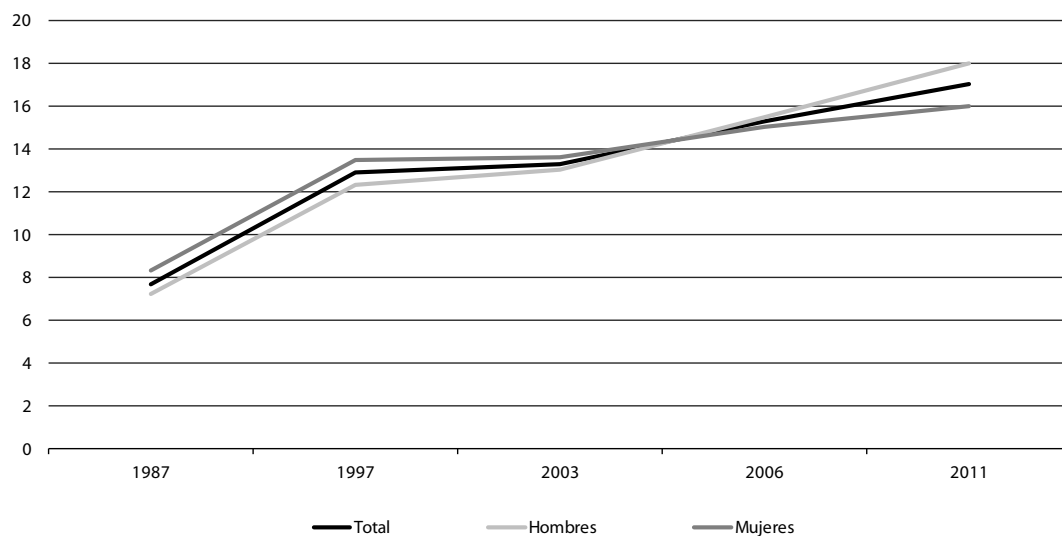
Desde la primera Encuesta Nacional de Salud en 1987, sobrepeso y obesidad siguen una línea ascendente en ambos sexos, más acu-

* Universidad Politécnica de Valencia, Departamento de Economía y Ciencias Sociales (paherra@esp.upv.es).

¹ Como indicadores de obesidad y sobrepeso, la OMS utiliza el Índice de Masa Corporal (IMC), que relaciona el peso y la talla. Así, un IMC igual o superior a 25 determina sobrepeso; un IMC igual o superior a 30 determina obesidad.

GRÁFICO 1

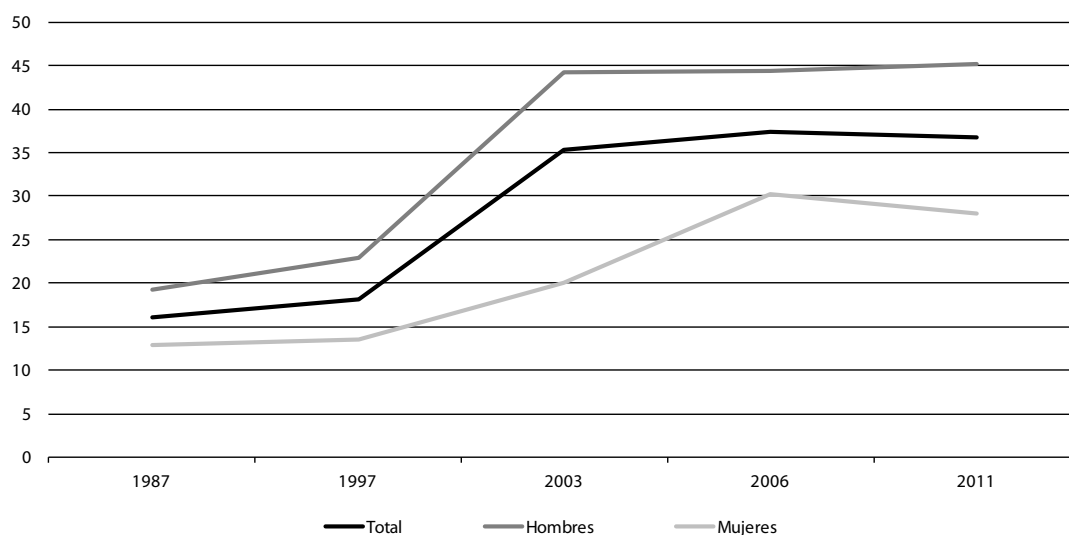
PREVALENCIA DE OBESIDAD EN ESPAÑA. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN SEXO DE LA POBLACIÓN DE 18 O MÁS AÑOS



Fuente: Encuestas Nacionales de Salud.

GRÁFICO 2

PREVALENCIA DE SOBREPESO EN ESPAÑA. DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL SEGÚN SEXO DE LA POBLACIÓN DE 18 O MÁS AÑOS



Fuente: Encuestas Nacionales de Salud.

sada en varones que en mujeres. Mientras que en 1987 el 7 por ciento de la población de 18 o más años tenía un Índice de Masa Corporal (IMC) igual o superior a 30 kg/m² (límite para considerar obesidad), en el año 2011 este porcentaje se situaba en el 17 por ciento, y más del 53 por ciento de la población adulta padecía sobrepeso (gráficos 1 y 2).

En todo caso, estas cifras se matizan si se incluyen variables socioeconómicas y educativas. Así, la obesidad aumenta a medida que el nivel educativo desciende, y también a medida que se baja en la escala social (cuadro 1).

Por otro lado, numerosos estudios (Ortiz Moncada, 2011; Aranceta *et al.*, 2005; Gutiérrez Fisac, 2003) muestran asociaciones significativas entre obesidad, sexo y clase social. Así, de acuerdo con el estudio *Determinantes sociales del sobre-*

peso y la obesidad en España 2006, basado en los resultados de la Encuesta Nacional de Salud, las mujeres de clase ocupacional manual presentan un 49 por ciento más de riesgo de tener sobrepeso que las mujeres de clase no manual; esta proporción se eleva a un 96 por ciento cuando el riesgo es de obesidad. Este estudio muestra también una asociación significativa entre obesidad y estar casado/a, viudo/a, carecer de estudios y de ingresos mensuales por encima de 600 euros (Ortiz Moncada, 2011).

Otros estudios han detectado una multiplicidad de factores, unos más individuales y otros propios del conjunto de la población, que se han considerado también vinculados a la obesidad. En el cuadro 2 se presentan sintéticamente.

La gravedad y complejidad del problema han obligado a las autoridades españolas, como

CUADRO 1

OBESIDAD EN ESPAÑA. PORCENTAJE DE LA POBLACIÓN DE 18 O MÁS AÑOS, SEGÚN EL NIVEL DE ESTUDIOS Y LA CLASE SOCIAL BASADA EN LA OCUPACIÓN DE LA PERSONA DE REFERENCIA*

	1987	2001	2006	2011
Total	7,38	13,20	15,37	17
Nivel de estudios				
Sin estudios		33,35	27,64	30,2
Estudios primarios completos		20,39	20,28	23,2
Estudios secundarios 1ª etapa		11,12	13,73	19
Estudios secundarios 2ª etapa / FP superior o equivalentes		6,54	11,33	13,3
Universitarios		6,11	9,48	8,5
Clase social				
I		8,20	10,29	8,9
II		10,93	10,91	11,8
III		10,05	13,88	14,7
IV		15,01	17,43	16,1
V		15,59	17,04	20,4
VI		17,15	19,37	21,6

*Se asigna a la persona de referencia la clase social siguiendo la clasificación proporcionada por la Sociedad Española de Epidemiología (códigos de la Clasificación Nacional de Ocupaciones 2011 -CNO2011-), donde el grupo I corresponde a los profesionales altamente cualificados y el VI a trabajadores no cualificados. Puede verse con detalle en: https://www.msssi.gob.es/estadEstudios/estadisticas/encuestaNacional/encuestaNac2011/MetodologiaENSE2011_12.pdf

Fuente: Encuestas Nacionales de Salud.

CUADRO 2

FACTORES DETERMINANTES DE OBESIDAD

Factores individuales

- Susceptibilidad genética
- Edad y períodos de transición biológicos
- Sexo
- Clase social, nivel socioeconómico, grupo étnico
- Eventos vitales estresantes (cambio domicilio, separación, etc.)
- Estilo de vida:
 - Dieta: cantidad, composición, etc.
 - Actividad física: en tiempo libre, vida cotidiana, etc.

Factores poblacionales

- Nivel de desarrollo socioeconómico
- Grado de urbanización
- Factores de la alimentación:
 - Alta disponibilidad de alimentos de alta densidad energética
 - Bajo precio de alimentos de alta densidad energética
 - Aumento del consumo en el hogar de alimentos precocinados o preparados
 - Aumento del consumo de alimentos fuera del hogar
 - Aumento del tamaño de las porciones
 - Aumento de la publicidad en los medios de comunicación de alimentos de preparación rápida
- Factores relacionados con la actividad física:
 - Alta disponibilidad de vehículos de transporte mecanizado
 - Aumento de la publicidad de vehículos turismo
 - Aumento del consumo de televisión, videojuegos y elementos relacionados como ordenadores, consumo de Internet, etc., durante el tiempo libre
 - Diseño de las zonas periurbanas de las ciudades que favorece el transporte mecanizado
 - Aumento del sedentarismo en el trabajo
 - Alto porcentaje de población sedentaria durante su tiempo libre

Fuente: Gutiérrez Fisac y Rodríguez Artalejo (2012: 33).

a las de los restantes países desarrollados, a emprender diversas acciones de prevención, con resultados dispares. En el año 2005, se puso en marcha la Estrategia para la Nutrición, Actividad Física y Prevención de la Obesidad (NAOS) desde el Ministerio de Sanidad y Consumo, a través de la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN), con el objetivo de sensibilizar a la población del problema que la obesidad representa para la salud, y de impulsar todas las iniciativas que contribuyan a lograr que los ciu-

dadanos, y especialmente los niños y los jóvenes, adopten hábitos de vida saludables, principalmente a través de una alimentación sana y de la práctica regular de actividad física. En el marco de esta Estrategia se han desarrollado diversos programas, casi todos ellos dirigidos a escolares, como el programa piloto PERSEO, que prevé sencillas intervenciones en centros escolares para promover hábitos de vida saludables entre los alumnos, implicando también a las familias y actuando simultáneamente sobre el comedor y el

entorno. Asimismo, el programa MOVI persigue la promoción de la actividad física en el tiempo libre para prevenir la obesidad en escolares y otros factores de riesgo cardiovascular. Por otro lado, el programa *Fifty-Fifty* presenta un estudio piloto de intervención comunitaria de promoción de la salud integral en población adulta, mediante un proyecto científico de evaluación, que, a través de talleres formativos y motivacionales, busca mejorar la salud integral en personas adultas de 25 a 50 años, ayudándolas a corregir sus hábitos de salud y a autocontrolar los principales factores de riesgo de enfermedad cardiovascular: sobrepeso/obesidad, sedentarismo, tabaquismo y tensión arterial elevada. El plan Cuidate + 2012, por su parte, tiene como objetivo la reducción del consumo de sal y de grasas en la alimentación diaria.

También se ha creado el Observatorio de la Nutrición y de Estudio de la Obesidad² como órgano colegiado adscrito al Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad a través de la AESAN. Es un sistema de información para conocer la situación en España de la nutrición, la actividad física, el sobrepeso y la obesidad y sus determinantes, sirviendo de plataforma conjunta de las diferentes administraciones públicas, instituciones, asociaciones o entidades de todo origen que convergen con los objetivos de la Estrategia NAOS.

Una acción relevante, en el marco de las propuestas en este programa, trata de incorporar a diferentes empresas y asociaciones de la industria alimentaria, con el fin de promover una alimentación más equilibrada, mejorando la información al consumidor a través del etiquetado nutricional, reduciendo el contenido en grasas, especialmente saturadas, azúcares y sal, o aumentando la oferta de frutas y verduras en los restaurantes. Junto a ello, se ha logrado el compromiso de las empresas alimentarias para la autorregulación de la publicidad infantil de alimentos. Firmado por las 36 mayores empresas de la industria alimentaria, el *Código de autorregulación de la publicidad de alimentos dirigida a menores, prevención de la obesidad y salud* (PAOS) establece los principios para el diseño y la difusión de los mensajes publicitarios y los mecanismos que garanticen el control y la aplicación de estas normas.

² Creado por Acuerdo del Consejo de Ministros del 18 de enero de 2013, conforme a la Ley 17/2011, de Seguridad Alimentaria y Nutrición.

Quizá no haya habido tiempo suficiente para evaluar el alcance de estos programas, pero, de momento, su éxito parece limitado (Ballesteros, 2007). En todo caso, la experiencia va demostrando que solo la información y la educación no son suficientes para cambiar la tendencia (Montero *et al.*, 2006; Ballesteros, 2007), más cuando la presión ambiental, como veremos, actúa en sentido opuesto.

2. CRECIMIENTO ECONÓMICO Y OBESIDAD

Esta tendencia creciente del sobrepeso y de la obesidad que hemos observado en España es similar a la de otros muchos países³, caracterizados todos ellos por un elevado índice de desarrollo o un marcado despegue económico en los últimos años. En Estados Unidos, Europa, Australia o Canadá se han constatado aumentos relativos de la obesidad entre un 10 y un 40 por ciento desde los años ochenta (Björntorp, 1997). También en países considerados “emergentes” –como Brasil, India o China– se está instalando este fenómeno, lo que parece indicar que los factores responsables de la tendencia creciente en la prevalencia de la obesidad están estrechamente ligados al desarrollo socioeconómico (Gutiérrez Fisac, 2003; Egger *et al.*, 2012; Angulo, 1996)⁴.

Encontramos un buen ejemplo de esta relación en nuestro país. El desarrollo económico

³ Según la OMS, el 65 por ciento de la población mundial vive en países donde el sobrepeso y la obesidad causan más muertes que la insuficiencia ponderal (delgadez). Entre esos países se incluyen todos los de ingresos altos y medianos. El 44 por ciento de los casos mundiales de diabetes, el 23 por ciento de cardiopatía isquémica, y entre el 7 y el 41 por ciento de determinados cánceres son atribuibles al sobrepeso y a la obesidad. En España, se estima que una de cada doce muertes están relacionadas con la obesidad.

⁴ Según un reciente estudio publicado en febrero de 2014 en el *Canadian Medical Association Journal*, que analiza los datos de 153.996 adultos de 107.599 hogares residentes en 17 países, la obesidad y la diabetes constituyen una pandemia mundial, especialmente concentrada en los países más ricos. Sin embargo, los expertos auguran una eclosión de estas dos enfermedades en los países de bajos y medianos ingresos, a medida que estén más desarrollados e industrializados. S. A. Lear, director de la investigación, advierte que “debido al aumento en la adquisición de determinados productos –TV, automóviles, ordenadores–, los países de ingresos bajos y medios podrían experimentar el mismo aumento en las cifras de obesidad y diabetes que los de altos ingresos”. Por eso, continúa, podríamos encaminarnos “hacia un potencial escenario devastador en términos de salud pública en estos países” (Lear, 2014: 8).

que comienza en los años sesenta del pasado siglo afectó directamente a toda la cadena agro-alimentaria, manifestándose en un aumento espectacular de la disponibilidad de alimentos y de su variedad. Los desarrollos en materia de producción, conservación y transporte de los productos alimenticios consolidaron una situación de abundancia alimentaria que, unida al aumento sostenido y creciente de la renta nacional, así como de la renta per cápita anual⁵, favorecieron la amplia accesibilidad a los alimentos. La mayor disponibilidad de productos, junto con los crecimientos del ingreso medio por habitante experimentados a lo largo de los años sesenta y setenta, supusieron un aumento de la capacidad de compra de las familias, que no se tradujo solo en un incremento de las cantidades de alimentos adquiridos, sino también en una paulatina transformación de la dieta. Las cantidades de cereales y tubérculos, las legumbres, el aceite y las hortalizas fueron paulatinamente reduciéndose a favor de la carne, la leche y los huevos, alimentos de más alto valor nutritivo (Entrena, 1999; Contreras, 2002). El Informe Foessa de 1966 (uno de los primeros estudios sobre la situación social de España que introdujo un capítulo específico sobre sociología de la alimentación) situó la alimentación de la población española en “un nivel aceptable, aunque hay todavía grandes diferencias en cuanto a la distinta participación de los diversos sectores sociales en ese nivel alimenticio medio y, sobre todo, la distribución de los alimentos de la dieta está muy lejos de ser racional” (Foessa, 1966: 102).

Pero lo que los sociólogos autores de aquel primer Informe Foessa no entendían por racionalidad alimentaria exactamente lo mismo que entienden los sociólogos actuales. En aquella España de los años sesenta, que empezaba a salir del subdesarrollo, la alimentación racional que se proponía estribaba, en buena medida, en el abandono de los hábitos y valores culinarios tradicionales y en la consecuente adaptación a los estándares de la Europa ya desarrollada: “En España (como, en general en los países latinos) se da tradicionalmente importancia muy considerable al “comer”: no es fácil hacer desaparecer la comida familiar del

mediodía, no se aceptan inmediatamente los productos enlatados o congelados, se valora socialmente el ‘estar gordo’ o ‘comer mucho’, es grande la importancia de los “convites” en bodas y bautizos, de las sociedades gastronómicas, etc.”⁶ (Foessa, 1966: 103). Ciertamente, el “estar gordo” se denunciaba como un valor vigente en esa España aún subdesarrollada e, implícitamente, se consideraba un obstáculo a superar.

Cabe también destacar que tanto el informe Foessa de 1966 como el de 1970 distinguen entre una “dieta rural” y una “dieta urbana”, esta última caracterizada por ser “más equilibrada y moderna” al acercarse a los estándares centroeuropeos⁷. Paradójicamente, esta idealización de los modelos europeos frente a nuestra “dieta rural” ocurría en un momento en que estos estándares se estaban poniendo ya en cuestión en otros países. De hecho, tras la Segunda Guerra Mundial ya se evidenciaba que las consideradas “buenas dietas” de los países desarrollados eran causantes de enfermedades asociadas a la obesidad, como la arteriosclerosis, la diabetes o algunos tipos de cáncer y enfermedades no infecciosas (Menéndez, 2008). No obstante, la abundancia de grasas en la alimentación europea de aquel momento se propone a los españoles de 1976 como signo de modernidad: “Sin embargo, España, en comparación con otros países europeos, consume más pan y menos carne, leche y mantequilla” (Foessa, 1976: 514). En este mismo informe se vincula directamente este modelo alimentario con el desarrollo económico del país: “En España se consume menos [leche, carne y mantequilla] de lo que corresponde a nuestro grado de desarrollo” (1976: 516).

El desarrollo económico que tuvo lugar a partir de esos años corrió paralelo, efectivamente, a la modernización nutricional, entendida en los términos de dichos informes. Como muestra el cuadro 3, la ingesta media de energía fue aumentando desde los años cincuenta hasta estabilizarse en los últimos 15 años (alrededor de 2.754 kcal/persona y día). Esta energía es apor-

⁵ Entre 1935 y 1963, la renta real por habitante (en pesetas de 1963) se incrementó en un 86 por ciento, y la proporción destinada a la alimentación (cuyo descenso constituye indicador de desarrollo económico, según la ley de Engel) descendió desde un 50 por ciento aproximadamente, en los primeros años de la década de los cincuenta, a algo menos del 40 por ciento a finales de los sesenta, una tendencia que se aceleró a partir de 1980, cuando las familias gastaban en alimentación menos de un 30 por ciento de su presupuesto (Maluquer, 2006).

⁶ Los hábitos que lamenta este informe como signo de subdesarrollo (la importancia dada al comer, el rechazo de productos enlatados y congelados y la resistencia a la comida solitaria fuera de casa, entre otros) coinciden, en buena medida, con los que hoy se proponen como objetivo. Curiosamente, tanto entonces como ahora estas propuestas se hacen en nombre de una misma “alimentación racional”.

⁷ Díaz Méndez y Gómez Benito (2006) ofrecen un análisis de los diferentes informes sobre la alimentación española que se van sucediendo desde los años sesenta y su relación con el contexto social en el cual se publican.

CUADRO 3

EVOLUCIÓN DE LA INGESTA Y PERFIL CALÓRICO EN ESPAÑA

	Energía total (Kcal.)	% energía procedente de grasas	% energía procedente de proteínas	% energía procedente de hidratos de carbono
1956	2.239	--	--	--
1964	3.008	32	12	57
1981	2.914	40	13	47
1991	2.634	42	14	45
2000	2.730	39	14	47
2006	2.761	41	14	46
2008	2.754	--	--	--

Fuentes: Marrodán *et al.* (2012: 57) y Del Pozo *et al.* (2012).

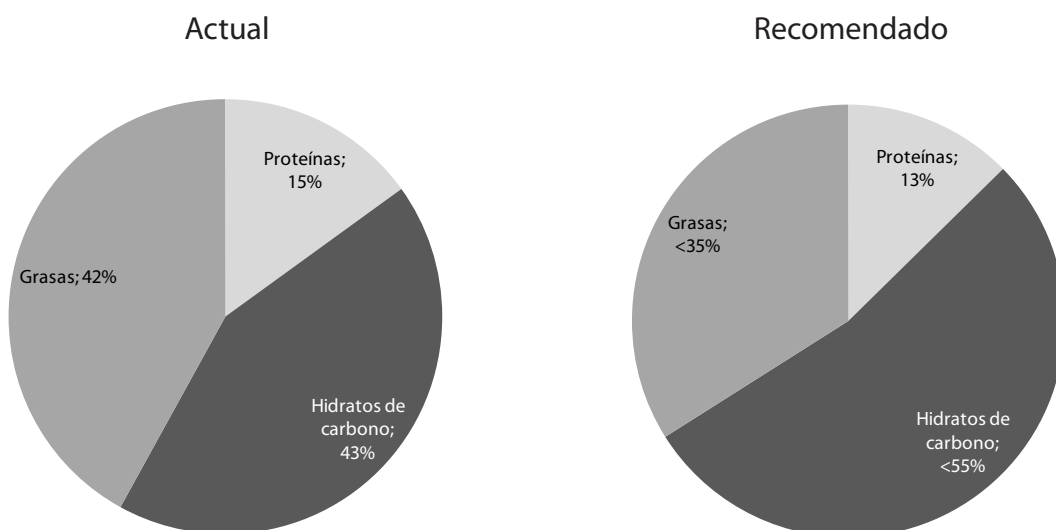
tada fundamentalmente por cereales y derivados, aceites y grasas, carnes y productos cárnicos, en detrimento del aporte de carbohidratos.

En los últimos años observamos un perfil calórico desequilibrado, pero ahora en sentido opuesto, debido a que la contribución porcen-

tual de las grasas es mayor, y la de los hidratos de carbono es menor de lo recomendado (gráfico 3). De hecho, las recomendaciones actuales están bastante más cerca de aquella "dieta rural" que en los informes de los años sesenta y setenta se desacreditaba que de los "logros" alcanzados siguiendo sus recomendaciones.

GRÁFICO 3

PERFIL CALÓRICO EN 2008 Y PERFIL CALÓRICO RECOMENDADO



Fuente: Mataix (2009).

3. EL DESARROLLO, ENTRE LO BIOLÓGICO Y LO SOCIAL

Pese a la proliferación de estudios y recomendaciones, el problema de la obesidad sigue aumentando. No deja de ser una paradoja más que la magnitud del problema crezca aparentemente al mismo ritmo que los estudios de expertos dedicados a analizarlo. Uno de los más reconocidos especialistas españoles en este asunto lo expresa en estos términos:

“Lo verdaderamente notable en la incidencia de la obesidad de la época moderna es que persiste, pese a las modas y los cánones estéticos que menosprecian a los gordos, pese al gran esfuerzo educativo emprendido por las autoridades sanitarias para relacionar la obesidad con las enfermedades cardiovasculares y pese a las industrias multimillonarias dedicadas a la salud, la comida dietética y el control de peso. Puesto que la mitad de la población adulta de las naciones occidentales sigue una dieta u otra, habrá que concluir que el *alimentostato* no funciona bien en las circunstancias actuales” (Contreras, 2005: 35).

Para este autor, como quiera que la mayoría de estudios se han centrado en la dimensión médica y biológica del problema, han desatendido los registros culturales y simbólicos (Contreras, 2005: 33), que acaso pudieran ofrecer nuevos enfoques que ayudaran a reorientar el tratamiento del problema. Así lo destacaba ya a finales de los años setenta también una de las mayores autoridades en el campo de la sociología de la alimentación:

“La explicación que surge espontáneamente, la más frecuente, es que las pautas culturales han sumergido la capacidad que tenía el hombre para equilibrar su alimentación del modo más beneficioso para su salud y su longevidad; en otras palabras: la “sabiduría del cuerpo” es engañada por la “locura de la cultura”. Ahora bien, lo que el análisis parece indicar es que no es la evolución cultural en sí la que contribuye a perturbar los mecanismos reguladores, sino más bien la *crisis* de la cultura que atraviesan los países desarrollados” (Fischler, 1979).

Encarar frontal y globalmente los vínculos entre la pandemia de obesidad y la crisis de civilización que expresa la “locura de la cultura” excede las posibilidades de este artículo. Para Fischler, la clave estaría en “la desestructuración de los sistemas normativos y de los controles sociales que regían, tradicionalmente, las prácticas y las representaciones alimentarias”. Esta *gastroanomia* ofrece ciertamente algunas importantes claves para el análisis, pero aquí me centraré en la dimensión simbólica a la que apunta el paralelismo que he venido constatando entre ambos tipos de crecimiento o desarrollo: el que se manifiesta en los cuerpos obesos de un número creciente de individuos y el experimentado por los cuerpos sociales, que se expresa como crecimiento o desarrollo de los países de los que tales cuerpos individuales constituyen sus poblaciones. Dicho paralelismo permite conjeturar una vinculación, no por simbólica menos estrecha, entre ambos tipos de crecimiento. Esa es la hipótesis que, si no contrastar (pues ello requeriría una investigación mucho más amplia), pretendo aquí esbozar.

Los propios términos de “crecimiento” y “desarrollo” actúan como embragues semánticos que vinculan de modo inmediato ambos registros, el individual y el colectivo. Lo mismo puede crecer el PIB de un país que el cuerpo de una persona. De origen y connotaciones evidentemente orgánicos y, por tanto, apropiados para predicarse de organismos biológicos, como los humanos, ambos términos han visto trasladarse sus significados a entidades colectivas y abstractas, ya sean poblaciones, niveles de renta o beneficios empresariales. Como ha analizado Lizcano (2009) a propósito de la actual crisis económica, el uso de estas metáforas que biologizan ámbitos sociales y económicos conlleva como efecto simbólico el de producir una identificación entre los organismos propiamente humanos y las entidades colectivas que se les asimilan. Esa identificación se manifiesta en expresiones como “hemos crecido un 0,5 por ciento”, con las que a menudo se anuncia un incremento de medio punto del PIB. Para este autor, tal identificación positiva habría fomentado la asunción por la población del *diagnóstico y tratamiento* de una crisis económica narrada en términos de enfermedad.

Pero las ideologías basadas en estos conceptos, herederos industriales y posindustriales del concepto ilustrado de Progreso, con mayúsculas, encuentran sus primeras dificultades cuando comienzan a manifestarse los efectos

derivados de una aspiración permanente al crecimiento por el crecimiento, y el desarrollo por el desarrollo. La potencia demoledora que el progreso científico pone de manifiesto con las bombas atómicas que ponen fin a la Segunda Guerra Mundial, el alarmante deterioro del planeta que conllevan las políticas de crecimiento económico incontrolado, o la destrucción de culturas y formas de vida milenarias que provocan las políticas poscoloniales de desarrollo, son solo algunos ejemplos de tales efectos.

El cuarto punto del Discurso sobre el Estado de la Unión pronunciado por el Presidente Truman el 20 de enero de 1949 suele considerarse como uno de los primeros documentos en que ambos conceptos orgánicos aparecen aplicados a cuestiones sociales y económicas, inaugurando así la “era del desarrollo” (Rist, 2002: 85; Esteve, 1996: 52);:

“Debemos lanzarnos a un nuevo y audaz programa que permita poner nuestros avances científicos y nuestro *progreso* industrial a disposición de las regiones *subdesarrolladas* [underdeveloped] para su mejora y *crecimiento económico*”. (...) Nuestra meta debería ser ayudar a los pueblos libres del mundo, por medio de sus propios esfuerzos, para que produzcan *más* comida, *más* vestimentas, *más* materiales de construcción, *más* energía mecánica...” (la cursiva es mía).

Este “más es mejor”, este “crecimiento constante” aparentemente sin límites, se pondría en cuestión dos décadas después, a finales de los años sesenta y principios de los setenta, con la irrupción de la crisis ambiental en la arena política bajo el impulso de una serie de informes científicos. Gran impacto provocó la aparición del *Informe sobre nuestro futuro común*, coordinado por Gro Harlem Brundtland en el marco de las Naciones Unidas (UN, 1987). Los términos “crecimiento” y “desarrollo” irían cediendo terreno al más ambiguo de “desarrollo sostenible”, entendiendo por tal aquel que permite “satisfacer nuestras necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer las propias”. A la vez que se extendía la preocupación por la “sostenibilidad” se subrayaba implícitamente la insostenibilidad del modelo económico hacia el que nos había conducido la civilización industrial. Pero, en todo caso, no se trataba de limitar el crecimiento económico, sino de abrir “una nueva era de creci-

miento económico”; no se trataba de limitar el desarrollo, sino de hacerlo duradero, incorporando a ese crecimiento los costes ambientales: “lo que actualmente se necesita es una nueva era de crecimiento económico, un crecimiento que sea poderoso, a la par que sostenible social y medioambientalmente”. El adjetivo “sostenible” se predicaba, pues, del propio crecimiento: el célebre Informe proponía sostener el desarrollo, *mantener el crecimiento*, un oxímoron que refleja a la perfección la imposibilidad biológica de un proceso de crecimiento permanente, constante e ilimitado.

Es aquí donde, según la conjetura que he avanzado, la obesidad entra en escena. Es en el cuerpo de los obesos donde ahora esa contradicción se materializa y visualiza en toda su enormidad. La misma identificación que había propiciado el deslizamiento semántico desde el desarrollo orgánico hacia los “cuerpos” colectivos de la economía y la sociedad, posibilitando así la legitimación de la ideología del “más es mejor”, invierte ahora el sentido de su desplazamiento y proyecta sobre los cuerpos individuales el sentimiento de aberración ante un desarrollo sostenido y un crecimiento constante. El embrague semántico actúa también en sentido opuesto. Así, mientras que en estas entidades colectivas el proceso de crecimiento permanente puede seguir manteniendo una valoración positiva, su correlato en los cuerpos individuales ha ido adquiriendo –también reciente y progresivamente– una valoración opuesta. El cuerpo obeso se convierte en símbolo material de esa contradicción y, al impugnarlo en la imagen que da forma al símbolo, la sociedad desvía la atención de lo que este efectivamente simboliza: esa “locura de la cultura” que persigue un crecimiento y desarrollo permanentes e incontrolados. Al individualizar el rechazo –tanto popular como institucional, tanto emocional como racional– del crecimiento desmesurado en la figura del obeso, la sociedad evita enfrentarse al rechazo de un modelo de desarrollo social y económico en el que se fundamentan sus propios valores y formas de vida⁸. La figura del

⁸ Son numerosos los documentos gráficos en los que se recurre a –y se explota– esta identificación, sea con intenciones publicitarias o críticas. Entre los primeros, el anuncio con que un banco promueve la venta de acciones en su salida a Bolsa ofrece la imagen de un fértil campo de espigas junto a la leyenda “Crece con nosotros”. Entre los segundos, en una viñeta de El Roto, un experto exhibe un diagrama estadístico de crecimiento creciente, mientras afirma: “La radiografía es confusa, aún no sabemos si es desarrollo o cáncer”. Asimismo, una reciente viñeta de Forges, bajo el rótulo “Ella está bien”, muestra una señora descomunal (“Macroeconomía”) sentada sobre una multitud de individuos aplastados bajo su peso.

chivo expiatorio cumple plenamente su función en situaciones como esta, protegiendo a la colectividad de un cuestionamiento de sí misma que la pondría en grave peligro.

Ciertamente, que el prototipo de cuerpo subdesarrollado (“el flaco”) se erija en modelo precisamente cuando el desarrollo alcanza su apogeo, parece poner de manifiesto una paradoja radical en el corazón mismo del proceso modernizador⁹. Y es que en la figura del obeso el ideal de crecimiento se hace real, literalmente, toma cuerpo. En la obesidad parecen condensarse las consecuencias del ideal del desarrollo por el desarrollo, del crecimiento por el crecimiento... El obeso exhibe con su cuerpo el símbolo en bruto de la abundancia, de la desmesura; en él se refleja la objetivación más genuina del desarrollo. La idea de “más es mejor”¹⁰, como principio regulador de una forma de vida, se muestra encarnado en toda su rotunda naturaleza en los ámbitos más familiares y cotidianos. Tal vez la profusión de políticas y presiones que tienen por objetivo reducir –en todos los sentidos del término: disminuir, pero también someter y domar– el cuerpo obeso no sea ajena al intento de disolver esa contradicción de fondo que late en las sociedades de la abundancia, pero que en él se exhibe tan visiblemente.

Admirados o denostados según las épocas y las culturas, los obesos siempre se han hallado expuestos a la más rigurosa observación. En ellos se han proyectado los anhelos (prosperidad, fertilidad, salud...) y temores (enfermedad, avaricia, gula...) de una sociedad. Rara vez han suscitado indiferencia, ahora tampoco. Se han convertido en receptáculos y delatores de unos ideales colectivos que mueven a la mayoría de las sociedades hoy en día, los ideales del desarrollo. De este nos muestra su cara más oculta, lo que no se quiere aceptar. La *anormalidad* de los cuerpos obesos y la *enormidad* de su número en el conjunto de la población parecen denunciar tanto el fracaso de las políticas de desarrollo como el de las políticas sobre la vida saludable. La Estrategia NAOS o el Protocolo de Kioto, ¿qué son sino intentos desesperados por corregir –ralentizar– las consecuencias perversas de la desmesura?

⁹ Algunas de las paradojas que se traslucen en la alimentación moderna pueden verse en Gracia (1998), Herrera (2010) y Herrera y Lizcano (2012).

¹⁰ Lakoff y Johnson (1991: 59-62) destacan la coherencia de esta metáfora con las restantes metáforas en que se expresan “los principales valores culturales de nuestra sociedad”.

Bien se podría contraargumentar que es entre las clases económicamente más bajas o en los países pobres, alejados ambos de la abundancia, donde se dan las tasas de obesidad y sobrepeso más elevadas. Pero eso no significa que no participen en la cultura del desarrollo, una cultura que se ha cimentado gracias a la erosión, y aun devastación, de los modos de vida y de ecosistemas tradicionales y, también, de tradiciones culinarias y patrones de seguridad alimentaria. Lo cual, junto con la difusión y extensión de productos muy económicos, pero de dudosa calidad (la tan conocida “comida basura”), proporciona un buen caldo de cultivo para el aumento de la obesidad y las enfermedades asociadas a ella entre los grupos económicamente más débiles.

Esta analogía entre crecimiento corporal y crecimiento económico podría parecer una asociación meramente simbólica e, incluso, excesivamente forzada, pero, desde un punto de vista puramente biológico, bien podría enganchar con algunas de las hipótesis que la medicina evolucionista viene desarrollando para dar cuenta del auge de la obesidad y de las enfermedades asociadas a ella. La hipótesis evolutiva, defendida por científicos como J. Diamond, especula con la existencia de ciertos “genes ahorradores” que favorecen la acumulación de grasa para sobrevivir a periodos de escasez. Como ilustrativamente explica Campillo (2006), la selección natural habría favorecido el desarrollo de una peculiar condición metabólica en el *homo sapiens*, denominada genotipo ahorrador, que tiene como base el fenómeno de la insulinoresistencia y la leptinorresistencia. Este diseño permitiría que los humanos evolucionaran en difíciles condiciones alimentarias al asegurar, en las situaciones de necesidad, una reserva de energía en forma de grasa. Pero, sustituida la escasez por la abundancia alimentaria, y sin tiempo de adaptación de nuestro organismo (cuya evolución apenas se ha transformado en miles de años), el mecanismo acumulador seguiría actuando sin freno. De este modo, la alimentación actual no estaría sincronizada con nuestros requerimientos genéticos: mientras que la cantidad y calidad de los alimentos ha sufrido una total transformación, los genes que controlan cada una de las funciones del organismo son esencialmente los mismos que los que poseían nuestros antepasados (Campillo, 2006: 201).

Esta línea de investigación encuentra un caso paradigmático en los habitantes de Nauru,

una pequeña isla del Pacífico que, con poco más de 12.000 habitantes, poseía hasta no hace muchos años una riqueza de más de 2.000 millones de dólares gracias a la explotación de los depósitos de fosfatos. Antes del inicio de la prosperidad económica de Nauru, la obesidad y la diabetes se hallaban prácticamente ausentes, probablemente como consecuencia de las restricciones alimentarias a que estaba sometida su escasa población. Aislados prácticamente hasta el siglo XX, parece posible que el genotipo ahorrador funcionase a su máxima capacidad, regulando adecuadamente el metabolismo de los nauruanos conforme a su alimentación. Con la llegada de la riqueza derivada de la explotación comercial de los recursos naturales de la isla, cambió el estilo de vida y la alimentación, ahora ya basada en carnes y dulces ricos en grasas y azúcares simples. En Nauru, las tasas de mortalidad debidas en su momento a las enfermedades inducidas por la colonización, se podrían asemejar a las generadas por la posterior “cocacolonización”, en particular, la diabetes y, en general, las derivadas de una obesidad generalizada que alcanza a más del 60 por ciento de una población vertiginosamente “desarrollada”, económica y anatómicamente. Paralelamente, en Nauru se materializa también otra de las consecuencias de un desarrollo económico desbocado: el 90 por ciento de la isla ha quedado asolada por la actividad minera, convirtiendo la isla en uno de los lugares de la tierra más devastados ecológicamente (Folliet, 2010). Esta sí podría ser una conexión, y bastante menos simbólica que fisiológica, entre el desarrollo económico y el desarrollo orgánico de los humanos, donde lo incontrolado del primero sería causa directa del descontrol del segundo.

4. EL ESTIGMA DE LA OBESIDAD

No obstante, todos estos desequilibrios suelen percibirse como inevitables o lógicamente derivados de una forma de vida que “nosotros” hemos “escogido”. El sistema nos ofrece cualquier cosa –por un precio– y es nuestro derecho y nuestro deber poder elegir. Desde luego, no se pueden negar los beneficios de la democratización de la alimentación, pero esta aparente libertad de elección también oculta, a través de una sofisticada operación cosmética, su cara menos amable al desviar la atención de las causas pro-

fundas que provocan estos trastornos y diferir de este modo las soluciones sociales para hacerlas recaer en el propio individuo. Así, la responsabilidad recae en el individuo al sufrir un daño (el sobrepeso, por ejemplo) causado por su decisión personal (comer bollería industrial o no). No solo se excusan los cambios que la modernidad ha traído consigo, sino también a productores, políticos y expertos, que externalizan los riesgos a menudo generados por sus propias medidas y actividades, desviándolos hacia los individuos, hacia las decisiones que ellos toman, aunque resulte muy difícil, y a veces imposible, saber la magnitud, la naturaleza o, incluso, la propia existencia de dicho daño. No cuesta encontrar continuas apelaciones a la necesidad –e incluso responsabilidad– del comensal de conocer –cuando no de interpretar, relacionar, descifrar, analizar...– el contenido de los productos (grasas de muy diverso tipo, azúcares, sales, proteínas, bífidos, estanoles, etc.) si no quiere arriesgar su salud. El nuevo higienismo que impregna la alimentación ha hecho emerger un conjunto de regulaciones y recomendaciones alimentarias que actúan simultáneamente sobre la responsabilidad de cuidarse, sobre el sentimiento de culpa de no hacerlo y sobre la exigencia de adquirir una verdadera competencia dietética (Gracia, 2007).

En cualquier caso, y sea cual sea la interpretación, la figura del obeso parece haber adquirido un claro papel de chivo expiatorio en el cual el grupo exorciza buena parte de sus males, temores y frustraciones¹¹. En esa figura confluye la imputación de las más variadas infracciones, desde la de ingerir todo tipo de sustancias sin ningún control, hasta la de anteponer el placer a los dictados de la medicina, sin olvidar el atentado estético al ideal del cuerpo que promueven tanto los especialistas en salud como en mercadotecnia. Según Girard (1986: 52), existe una clara diferencia entre las “persecuciones históricas”, de carácter laico, y las que sufre el “chivo expiatorio”, que son típicamente religiosas, simbólicas o –como él dice– míticas. En las primeras, es posible hacer una distinción nítida entre los “culpables” y sus “crímenes”; en las segundas, “el culpable es tan consustancial a su falta que no podemos disociar esta de aquel. [...] Le basta con ser el que es”. El chivo expiatorio no es un sujeto al que la falta le adjetiva, sino un sujeto al que la falta le es sus-

¹¹ Sobre el cambio de percepción en España de la figura del obeso, a través de las resemantizaciones y los discursos públicos, puede verse Fernández-Ramírez *et al.* (2012) y Rodríguez Ponce (2005).

tantiva: su falta o defecto (que en este caso es un exceso) es su sustancia. Así, tampoco el obeso es un sujeto al que le acontece –entre otras cosas– estar obeso: es “un obeso”, al que su falta le constituye. La gordura define su esencia: es un obeso.

A la larga lista de enfermedades de las que se ha culpado a los chivos expiatorios a lo largo de la historia, se añade ahora una nueva enfermedad, transmitida en este caso por la comida. Tanto las autoridades sanitarias como los *media* hablan de “la pandemia del siglo XXI” o de la necesidad de “atajar la epidemia” de la obesidad. Se trata, pues, de una enfermedad, pero no una enfermedad cualquiera, ya que ese mal tiene origen en una culpa: es el propio obeso el culpable de su condición¹². En última instancia, su gordura es consecuencia directa de una decisión personal, porque ¿obliga el sistema a comer bollería industrial o hamburguesas XXL?

La *Obesity Society* norteamericana estableció una correlación positiva (esa forma moderna de causalidad, tan fácilmente transformable en culpabilidad en estas situaciones) entre la obesidad y los accidentes de tráfico, así como también entre la obesidad y los suicidios. Tampoco faltan los estudios que –como el realizado por *The Engineering Economist*– llegan a calcular los gastos adicionales en gasolina (3.800 millones de litros anuales) que cuesta transportar los kilos de más de los norteamericanos que han engordado, ni los cálculos del impacto del exceso de peso de la población obesa en el deterioro del medio ambiente: 3,4 millones adicionales de toneladas métricas de CO₂ solo en el transporte aéreo¹³. Como decía Girard (1986: 52), “el desdichado produce los desastres con tanta naturalidad como la higuera los higos”.

En la estela de estudios sobre la estigmatización que siguió a la publicación de la obra de Erwin Goffman (1970) *Stigma*, en 1963, Cahnman (1968) se preguntaba por qué Goffman no incluía la obesidad en la amplia lista de estigmas físicos, y lo cifró en que, siendo autobiográficas las fuentes que usaba, los obesos no figuraban en ellas,

¹² Estudios como el llevado a cabo por Dejong (1980) concluyen que “el que una persona con una anomalía física sea o no denigrada depende del grado en que tal individuo pueda ser culpado o tenido como responsable de su aspecto.” Resulta, pues, determinante para la estigmatización del obeso que las causas de su obesidad se atribuyan a factores personales o colectivos.

¹³ Suplemento del *New York Times* en *El País*, 9 de noviembre de 2006.

pues no se atrevían a hablar de su obesidad ni a protestar por el tratamiento que recibían, dada la sensación de vergüenza y de culpa que les atenazaba. Tras constatar que el rechazo a las personas obesas era ya entonces en Estados Unidos mayor que el sufrido por motivos de color o de raza, este autor mantenía que el mayor estigma de estas personas vendría dado no solo por su discriminación, sino también por haberse difundido la idea de que se lo merecen y porque, además, ellas mismas llegan a asumir tal tratamiento como algo justo.

A diferencia de otros grupos sociales que han hecho de su discriminación (como ciertos grupos étnicos o las mujeres) o su estigmatización (como la producida por distintas deficiencias físicas, hoy integradas en el término “discapacidad”) un crisol sobre el que construir una identidad afirmativa y reivindicativa, los obesos parecen seguir asumiendo entre nosotros esa autonegación producida por el sentimiento de culpa. Ello no solo los estigmatiza, sino que hace de ellos el blanco ideal para asumir la condición de chivo expiatorio sobre el que nuestras sociedades de la abundancia pueden crucificar sus propios temores ante los previsibles desastres con que un crecimiento desbocado parece amenazarnos.

La reciente aparición en la escena política de movimientos de “activismo gordo”, como los que se expresan en la revista *GordaZine* o el proyecto de investigación y la web *CuerposEmpoderados*, se propone precisamente subvertir esa individualización de la culpa y “reapropiarse del insulto” como modo de recuperar la visibilidad y de construir una identidad afirmativa¹⁴. “Me parece importante –declara Lucrecia Masson– volver a nombrarme ahora como gorda, nombrarme como gorda como estrategia de auto-enunciación. (...) Porque no creo en redenciones ni en evoluciones, ni en la barbarie convertida en civilización”¹⁵. Quizá cuestionar y repensar cómo

¹⁴ Sobal realiza un interesante recorrido por las conceptualizaciones de la obesidad (moral, médica y política) centrandose la atención en las negociaciones y los acuerdos de diferentes grupos de poder para imponer una definición de este concepto. De este modo, la obesidad no es –o no exclusivamente– una mera cuestión de salud, sino que su medicalización muestra esencialmente una forma de poder, y es por ello por lo que su “desmedicalización” ha de realizarse de la misma manera. En el caso estadounidense analizado por el autor, grupos identificados a sí mismos como obesos están utilizando las mismas estrategias políticas (acuerdos y negociaciones con determinados grupos de interés) para promover un cambio en la definición médica de la obesidad.

¹⁵ “El cuerpo como espacio de disidencia”, entrevista en *Diagonal*, 27 de marzo de 2014: 23.

los cuerpos obesos han llegado a constituirse en chivo expiatorio de nuestras sociedades hiperdesarrolladas no solo pueda contribuir a que tales cuerpos encuentren un lugar digno en nuestras sociedades, sino también a que estas últimas redefinan sus metas y encuentren también un lugar digno en el planeta y en el concierto de las restantes culturas y civilizaciones.

BIBLIOGRAFÍA

ANGULO, A.M. *et al.* (1996), "Desarrollo económico e ingestión de calorías en España", *Revista Española de Economía Agraria*, 175: 41-62.

ARANCETA-BARTRINA, J. *et al.* (2005), "Prevalencia de obesidad en España", *Medicina Clínica (Barcelona)*, 125 (12): 460-466.

BALLESTEROS, J.M. (2007), "La estrategia para la nutrición, actividad física y prevención de la obesidad (estrategia NAOS)", *Revista Española de Salud Pública*, 81 (5): 443-449 (http://www.scielosp.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1135-57272007000500002&lng=en&nrm=iso).

BJÖRNTORP, P. (1997), "Body fat distribution, insulin resistance, and metabolic diseases", *Nutrition*, 13 (9): 795-803.

CAHNMAN, W.J. (1968), "The stigma of obesity", *The Sociological Quarterly*, 9 (3): 283-299.

CAMPILLO, J.L. (2006), *El mono obeso. La evolución humana y las enfermedades de la opulencia: diabetes, hipertensión, arteriosclerosis*, Barcelona, Crítica.

CONTRERAS, J. (2002), "Los aspectos culturales en el consumo de carne", en: GRACIA, M. (coord.), *Somos lo que comemos. Estudios de alimentación y cultura en España*, Barcelona, Ariel: 221-224.

— (2005), "La obesidad: una perspectiva sociocultural", *Zainak*, 27: 31-52.

DEJONG, W. (1980), "The stigma of obesity: The consequences of naive assumptions concerning the causes of physical deviance", *Journal of Health and Social Behavior*, 21: 75-87.

DEL POZO DE LA CALLE, S.; GARCÍA IGLESIAS, V.; C. CUADRADO VIVES *et al.* (2012), *Valoración nutricional*

de la dieta española de acuerdo al Panel de Consumo Alimentario, Madrid, Fundación Española de Nutrición (FEN), MAGRAMA.

DÍAZ MÉNDEZ, C. y C. GÓMEZ BENITO (2008), "Evolución de las recomendaciones alimentarias sobre salud y alimentación, en: DÍAZ MÉNDEZ, C. y C. GÓMEZ BENITO (coords.), *Alimentación, consumo y salud*, Barcelona, Fundación La Caixa: 25-54.

EGGER, G. *et al.* (2012), "Economic growth and obesity: An interesting relationship with world-wide implications", *Economics and Human Biology*, 10: 147-153.

ENTRENA, F. (1999), "De la alimentación de subsistencia al consumo preferencial: el caso español", *Estudios sobre Consumo*, 50: 27-35.

ESTEVA, G. (1996), "Desarrollo", en: SACHS, W. (ed.), *Diccionario del desarrollo. Una guía del conocimiento como poder*, Lima, PRATEC: 52-78.

FERNÁNDEZ-RAMÍREZ, B. *et al.* (2012), "El discurso popular sobre la obesidad: análisis de contenido de una discusión virtual", *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, 52 (<http://www.apostadigital.com/revistav3/hemeroteca/baltasar1.pdf>).

FISCHLER, C. (1979), "Gastro-nomie et gastro-anomie: Sagesse du corps et crise bioculturelle de l'alimentation moderne", *Communications*, 31: 189-210.

FOESSA (1966), *Informe sociológico sobre la situación social en España*, Madrid, Euramérica.

— (1970), *Informe sociológico sobre la situación social en España*, Madrid, Euramérica.

FOLLIET, L. (2010), *Nauru, la isla devastada*, Madrid, Península.

GIRARD, R. (1986), *El chivo expiatorio*, Barcelona, Anagrama.

GOFFMAN, E. (1970), *Estigma. La identidad deteriorada*, Madrid, Amorrortu.

GRACIA, M. (2007), "La vigilancia del peso y la dieta o de las relaciones entre ideología, ciencia y mercado: a propósito de los trastornos del comportamiento alimentario", IX Congreso Español de Sociología, *Poder, cultura y civilización*, Barcelona, 13-15 septiembre.

— (1996), *Paradojas de la alimentación contemporánea*, Barcelona, Icaria.

GUTIÉRREZ FISAC, J.L. *et al.* (2003), "La epidemia de obesidad y sus factores relacionados: el caso de España", *Cadernos de Saúde Pública*, 19 (Sup. 1): 101-110.

— (2006), "Riesgos asociados a la dieta occidental y al sedentarismo: la epidemia de obesidad", en *Gaceta Sanitaria* 20 (Supl. 1): 48-54.

GUTIÉRREZ FISAC, J.L. y F. RODRÍGUEZ ARTALEJO (2012), "España", en: SERRANO, M. (coord.), *La obesidad como pandemia del siglo XXI. Una perspectiva epidemiológica desde Iberoamérica*, Madrid, Real Academia Nacional de Medicina-Fundación Mapfre: 25- 40.

HERRERA, P. (2010), *Del comer al nutrir. La ignorancia ilustrada del comensal moderno*, Madrid, Plaza y Valdés.

HERRERA, P. y E. LIZCANO (2012), "Comer en Utopía", *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 137: 79-98.

LAKOFF, G. y M. JOHNSON (1991), *Metáforas de la vida cotidiana*, Madrid, Cátedra.

LEAR, S. A. (2014), "The association between ownership of common household devices and obesity and diabetes in high, middle and low income countries", *Canadian Medical Association Journal*, 10 de febrero (<http://www.cmaj.ca/content/early/2014/02/10/cmaj.131090>).

LIZCANO, E. (2009), "La economía como ideología", *Revista de Ciencias Sociales* (2ª época), 16: 85-102.

MALUQUER, J. (2006), "Consumo y precios", en: CARRERAS, A. y X. TAFUNELL (coords.), *Estadísticas históricas de España: siglos XIX y XX*, Bilbao, Fundación BBVA, vol. III.

MARRODÁN, M.D. *et al.* (2012), "Transición nutricional en España durante la historia reciente", *Nutrición. Clínica y dietética hospitalaria*, 32 (supl. 2): 55-64.

MATAIX, J. (2009), *Nutrición y alimentación humana*, vol. 2, Madrid, Ergón.

MÉNENDEZ PATTERSON, A. (2008), "Avances científicos en nutrición y alimentación", en: DÍAZ

MÉNENDEZ, C. y C. GÓMEZ BENITO (coord.), *Alimentación, consumo y salud*, Barcelona, Fundación La Caixa: 55-80.

MONTERO, A. *et al.* (2006), "Evaluación de los hábitos alimentarios de una población de estudiantes universitarios en relación con sus conocimientos nutricionales", *Nutrición Hospitalaria* 21 (4): 466-473.

ORTIZ MONCADA, R. *et al.* (2011), "Determinantes sociales de sobrepeso y obesidad en España", *Medicina Clínica*, 137: 678-684.

RIST, G. (2002), *El desarrollo: historia de una creencia occidental*, Madrid, Catarata.

RODRÍGUEZ PONCE, M.I. (2005), "La enfermedad en español: enfoque etnolingüístico", *Anuario de Estudios Filológicos*, XXVIII: 249-264.

SOBAL, J. (1995), "The medicalization and demedicalization of obesity", en: MAURER, D., y J. SOBAL (eds.), *Eating Agendas. Food and Nutrition as Social Problems*, Nueva York, Walter de Gruyter Inc.: 67-90.

UNITED NATIONS (1987), *Our Common Future. Report of the World Commission on Environment and Development*, Nueva York, UN.

¿Consumidores o ciudadanos? Reflexiones sobre el concepto de ciudadanía alimentaria

CRISTÓBAL GÓMEZ-BENITO Y CARMEN LOZANO*

RESUMEN¹

En este artículo reflexionamos sobre el concepto de ciudadanía alimentaria a partir del análisis de los factores contextuales que justifican y condicionan las posibilidades y las dificultades para su emergencia. A lo largo del texto, y a partir del concepto general de ciudadanía, proponemos un concepto de ciudadanía alimentaria sustentando en siete proposiciones y basado en el reconocimiento de los derechos a la alimentación y a la información sobre los alimentos, y en las obligaciones inherentes al “ciudadano alimentario”, en el comportamiento privado y público, en la participación política, la justicia y el cosmopolitismo.

1. INTRODUCCIÓN

La cuestión de la ciudadanía ha cobrado un renovado impulso desde hace un par de décadas (Peña, 2000:13), debido a las profundas transformaciones económicas, sociales y políticas de nuestra época. La crisis de la democracia liberal, la globalización, la pérdida de soberanía de los Estados-nación, la crisis ambiental, la crisis del Estado del bienestar, la precarización del trabajo, los movimientos migratorios internacionales, las

nuevas tecnologías, el descrédito de las instituciones políticas democráticas o la desafección ciudadana hacia las viejas prácticas políticas, la expansión de las estructuras políticas supranacionales, las sociedades multiétnicas, la expansión de los derechos reconocidos, entre otros muchos factores, han socavado las condiciones sobre las que se construyó la ciudadanía, en sus diversas tradiciones ideológicas (liberal, republicana o comunitarista) (Kymlicka y Norman, 1997; Morán y Benedicto, 2000; Peña, 2000). La revitalización de este debate teórico ha supuesto también la extensión de la cuestión de la ciudadanía a otros ámbitos de debate, como es el caso de la ciudadanía ecológica (Jelin, 2000; Dobson, 2003 y 2005; Smith y Pangsapa, 2008).

En este contexto de cambios económicos, sociales, políticos y culturales y de reapertura y actualización del debate en torno al concepto de ciudadanía, se inscribe nuestro intento de conceptualización de la ciudadanía alimentaria. Un intento basado en tres ámbitos de análisis: 1) el de los propios cambios relacionados con la alimentación, no solo desde la perspectiva del consumo, sino también desde el conjunto del sistema agroalimentario (SAA), integrando la producción –primaria e industrial– y la distribución; 2) el de las elaboraciones teóricas relativas a diversos conceptos afines o colindantes al de ciudadanía alimentaria, a los que aludiremos brevemente a lo largo del texto; y 3) el de los actuales movimientos alimentarios y sus prácticas sociales.

¿Por qué es necesaria una reflexión sobre la ciudadanía alimentaria? Primero, porque la

* Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED), Departamento de Sociología II (cgomez@poli.uned.es; clozano@poli.uned.es).

¹ Este trabajo forma parte del proyecto de investigación I+D+i: *La comida invisible. Representaciones sociales de los sistemas alimentarios: causas, consecuencias y transformaciones*, (CSO2010-22074-C03-02).

alimentación constituye el consumo fundamental de toda sociedad, ya que no podemos dejar de alimentarnos. Por ello, la alimentación es un hecho social constituyente de la sociedad², y, como tal, debe considerarse como uno de los derechos básicos de la ciudadanía. Segundo, por su importancia social y económica, pues los humanos emplean una parte importante de sus recursos económicos y de su tiempo en producir y procurarse la comida, prepararla y consumirla. Tercero, en torno a la alimentación se generan importantes conflictos de intereses entre diferentes eslabones y actores de la cadena agroalimentaria que tratan de configurar los regímenes y modelos alimentarios. Ello propicia que la alimentación constituya una de las principales áreas de regulación pública. Cuarto, porque la alimentación es uno de los ámbitos más afectados por los procesos de globalización. El mercado de alimentos está mundializado y el sistema agroalimentario está dominado cada vez más por poderosas macrocorporaciones, lo que pone de relieve la necesidad de fomentar una ciudadanía alimentaria basada en el acceso a información veraz que permita a los ciudadanos ejercer con fundamento sus elecciones alimentarias y hacer visible el propio sistema agroalimentario. Quinto, porque considerando el impacto ambiental de los sistemas agroalimentarios y de los modelos de consumo alimentario, la ciudadanía alimentaria tendría que abordar las implicaciones ambientales de los comportamientos alimentarios y de los sistemas productivos, así como los derechos de otros y los efectos sobre la desigualdad y la equidad. En base a estos factores se debería plantear la necesidad de promover una ciudadanía alimentaria cosmopolita, que supere los límites de los Estados nacionales y que fomente la intervención en los procesos de toma de decisiones, definición y orientación de las políticas alimentarias.

Estos rasgos constituyen el contexto y el marco en los que se plantea la pertinencia de una reflexión sobre la ciudadanía alimentaria; un contexto que justifica, a la vez que condiciona, las posibilidades y las dificultades para la emergencia de una ciudadanía alimentaria; y un marco que establece las dimensiones expresivas y los ámbitos de una praxis de la ciudadanía alimentaria y de la construcción de políticas que sirva

² Entendiendo la alimentación desde una doble perspectiva: como elemento fundamental para la supervivencia de los individuos y como uno de los pilares constituyentes de la sociedad. La alimentación es un "hecho social total" en el sentido que da a esta expresión Marcel Mauss, como hechos que ponen en juego a la totalidad de la sociedad y sus instituciones.

a la emergencia y consolidación de este nuevo espacio para el ejercicio de la ciudadanía. En el carácter político de la alimentación –desde la perspectiva de una economía política de la alimentación– radica el que se pueda y deba hablar de una ciudadanía alimentaria, pues se trata de convertir lo relacionado con la alimentación en un ámbito para la acción política y para la movilización social, es decir, para el ejercicio activo de la ciudadanía; un espacio político para la acción que responda a la desafección al sistema agroalimentario de una parte cada vez mayor de la ciudadanía (Calle *et al.*, 2012).

Una definición de ciudadanía alimentaria –como la de la ciudadanía ecológica– se justifica por la necesidad de promover "ciudadanos alimentarios" para construir una alimentación sana, suficiente y de calidad, sostenible y justa. Siguiendo con la argumentación de Valencia Sáiz *et al.* (2010), de la misma manera que no puede existir la democracia sin ciudadanos democráticos, no puede haber sociedad sostenible sin ciudadanos ecológicos ni puede haber alimentación sostenible sin "ciudadanos alimentarios". No solo son necesarias instituciones democráticas, sino también ciudadanos democráticos –y ecológicos y alimentarios–. La alimentación sostenible requiere de ciudadanos que posean una cierta tensión pública o compromiso con su comunidad y, en este caso, con la población global (Gómez Benito y Lozano, 2014b)³. Esta ciudadanía alimentaria debe trasladar sus intereses y objetivos a la acción de gobierno, a través de diversas agencias y grupos de presión. No es otra cosa que la que hacen los grandes agentes que están conformando el sistema mundial de producción y consumo de alimentos de acuerdo con sus intereses. Por tanto, la construcción de una ciudadanía alimentaria requiere tanto de una elaboración teórica como de una praxis social acorde con esa elaboración, y es esa praxis social (individual y colectiva, privada y pública) el marco de redefinición de la propia noción de ciudadanía alimentaria, y también la que hace aflorar los obstáculos (ideológicos e estructurales) a su constitución.

La pregunta pertinente en este ámbito sería: ¿cuál es el papel de la ciudadanía en la consecución de un modelo de producción y consumo alimentario sostenible? ¿Qué se entiende por ciudadanía alimentaria? A ello hemos dedicado

³ Esta línea de reflexión se inicia con el proyecto de investigación citado, a la vez que constituye su verdadero *leitmotiv*.

diversos trabajos (Gómez-Benito y Lozano, 2014a y 2014b) en los que hemos tratado de construir un concepto de ciudadanía alimentaria, partiendo de una noción general de ciudadanía basada en la pertenencia, los derechos y las obligaciones o deberes, y la participación. El propósito consistía en identificar los elementos constituyentes del concepto de ciudadanía para aplicarlo al ámbito de la alimentación. En segundo lugar, y ante la ausencia de una definición sistemática de la ciudadanía alimentaria, se revisaron las diversas construcciones teóricas relacionadas con este concepto: “consumerismo político”, “seguridad alimentaria”, “soberanía alimentaria”, “justicia alimentaria”, “democracia alimentaria”, además del propio concepto de “ciudadanía alimentaria”. Ello nos sirvió, en tercer lugar, para identificar diversos rasgos y ámbitos de problemas de gran utilidad, al objeto de desarrollar una conceptualización preliminar de ciudadanía alimentaria.

En este artículo continuamos la reflexión iniciada en los dos previos desarrollando y fundamentando las siete proposiciones solo enunciadas anteriormente (Gómez-Benito y Lozano, 2014b). Este trabajo significa un paso más en nuestra formulación teórica, que, aunque todavía en construcción, creemos que puede servir para plantear el debate acerca de esta cuestión, así como orientar investigaciones empíricas sobre la existencia o no de una ciudadanía alimentaria y sus características.

La construcción del concepto de ciudadanía alimentaria se puede abordar desde un plano teórico –intentando definir sus rasgos específicos, con independencia de la existencia real de sujetos que respondan a esa definición de ciudadanía–, o desde un plano empírico, a partir de los rasgos de los sujetos, individuales o colectivos, que se identifican como “ciudadanos alimentarios” o con calificaciones similares. Hasta ahora, nos hemos situado en un plano teórico, de forma similar a lo que otros han hecho con el concepto de “ciudadanía ecológica”. Nuestra propuesta implica una toma de posición no solo analítica y abstracta, sino también ética y normativa, inherente, por otra parte, a todo concepto de ciudadanía. Ello implica un compromiso con una orientación social y política previas, que lógicamente no será compartido por todos, al igual que existen concepciones de la ciudadanía ideológicamente diferentes, como la liberal o la republicana, que se basan en distintas concepciones de la sociedad política. Precisamente el hecho de que la ciudadanía alimentaria se defina ante todo

por los derechos, hace que pueda construirse un concepto con un fundamento más objetivo, de modo que puede haber elementos de la ciudadanía alimentaria más centrales y compartidos que otros. Pero nuestra reflexión no es exclusivamente teórica. El análisis de algunos de los principales movimientos sociales alimentarios que, desde hace varias décadas, contestan el sistema mundial de producción industrializada de alimentos y de mercados globalizados, nos ha permitido extraer algunos elementos fundamentales a partir de los cuales construir un concepto de ciudadanía alimentaria que no sea una mera abstracción, sino que tenga una cierta conexión con la realidad social.

Este artículo se estructura en cuatro apartados. Tras la introducción, en el segundo apartado realizamos un recorrido por el concepto de ciudadanía para identificar sus elementos constituyentes, sobre los cuales hay que construir el concepto de ciudadanía alimentaria. Es decir, tratamos de “completar la arquitectura general de la ciudadanía”, de forma similar a como se ha hecho con el concepto de ciudadanía ecológica⁴, con el que comparte algunos rasgos (Dobson, 2003, 2005). En el tercer apartado desarrollamos el concepto de ciudadanía alimentaria, bajo la forma de siete proposiciones, sustentado en el reconocimiento de los derechos y las obligaciones, en el comportamiento público y privado, en la justicia, la equidad, la participación política y el cosmopolitismo. Finalmente, en las conclusiones ofrecemos una reflexión acerca de las dimensiones del análisis y del debate en torno a esta cuestión, y de los factores individuales, estructurales y contextuales que dificultan la emergencia de una ciudadanía alimentaria.

2. DE LA CIUDADANÍA GENERAL A LA CIUDADANÍA ALIMENTARIA⁵

La noción de ciudadanía incluye tres aspectos o elementos básicos: la pertenencia, los derechos y la participación. El que se subraye uno u otro de esos términos revela una visión particular de la ciudadanía. La tradición liberal pone el énfasis en los derechos; la tradición republicana

⁴ Una revisión de las aproximaciones teóricas al concepto de ciudadanía ecológica la encontramos en Dobson (2003, 2005), Valencia Sáiz *et al.* (2010) y Luque (2005).

⁵ Este apartado sigue, en lo fundamental, lo expuesto en Gómez-Benito y Lozano (2014b).

en la participación, y la comunitarista en la pertenencia (Peña, 2000). Los tres elementos tienen un significado específico para el tema que aquí tratamos. Sin embargo, creemos que la ciudadanía alimentaria implica la superación de la pertenencia como condición previa para los derechos y la participación. La condición de pertenencia a una comunidad política implica el reconocimiento de unos derechos y de una capacidad y legitimidad para participar en los asuntos públicos, en su administración y gobierno. Dado que la alimentación no se vincula por sí misma a ninguna comunidad política (aunque sí a otro tipo de comunidades: étnicas, religiosas, morales, etcétera), es en los derechos y deberes y en la participación donde debemos poner la mayor atención en nuestro intento de definir una ciudadanía alimentaria.

Para Marshall (1998 [1950]: 37), el desarrollo de la ciudadanía se identifica con el despliegue progresivo de los derechos, de modo que el estatus de ciudadano supone la garantía del disfrute de esos derechos y, con ellos, el sentirse miembro de una comunidad política. Como es sabido, Marshall distinguió tres tipos de derechos: los civiles, los políticos y los sociales. Cada uno de ellos daría lugar a un tipo de ciudadanía: la civil, la política y la social. Los derechos sociales tienen que ver con los principales ámbitos de la vida social: derecho al empleo, derecho a la vivienda, a la educación, a la seguridad, a la salud, a la protección social, a la cultura, al medio ambiente saludable, y a la alimentación⁶. Desde esta perspectiva marshalliana, lo que define mejor a la ciudadanía contemporánea es el reconocimiento de los derechos sociales, más que los políticos, pues estos últimos ya se dan por descontados y solo se materializan en la virtualidad de aquellos. Por eso, los derechos sociales deben ser considerados como prerequisites para que los derechos políticos sean reales. Los sujetos, en cuanto ciudadanos, deben ser titulares de derechos en condiciones de igualdad con los demás.

Otra cuestión relacionada con el concepto de ciudadanía como sujeto de derechos es la de su carácter particular o universalista. Y aquí es donde entra en juego el primer elemento de la ciudadanía mencionado al principio: el de la

⁶ Siguiendo a Marshall, los derechos sociales abarcan "todo el espectro, desde el derecho a la seguridad y a un mínimo de bienestar económico al de compartir plenamente la herencia social y vivir la vida de un ser civilizado conforme a los estándares predominantes en la sociedad" (1998 [1950]: 23).

pertenencia. Como señala Peña (2000), si la ciudadanía de derechos (en cuanto está referida al ámbito del Estado) fuera un espacio clausurado, ello implicaría la exclusión (en cuanto pertenencia) de aquellos que no son considerados ciudadanos de una comunidad política, algo que quedaría en entredicho por razones de hecho: la globalización. En consecuencia, una definición de ciudadanía alimentaria basada en los derechos sociales debería tener como referencia la globalización de la alimentación. Por otro lado, si la ciudadanía democrática ha tenido un fundamento universalista, la noción de ciudadanía alimentaria debería reconocer explícitamente ese universalismo de derechos (lo que afectaría a los derechos relacionados con la alimentación de las poblaciones inmigrantes y los derechos de poblaciones distantes en el espacio y en el tiempo), así como también un universalismo de la acción colectiva, al superar los objetivos de esta los límites de los Estados nacionales. En ese sentido, la ciudadanía alimentaria debería ser una ciudadanía cosmopolita⁷. Esa condición universalista afecta no solo a los espacios de intervención cívico-pública (más allá de los Estados), sino también sirve como prevención frente al desarrollo de los activismos particularistas que, a menudo, se presentan como genuinas expresiones reactivas de la ciudadanía frente a los poderes fácticos agroalimentarios y sus modelos alimentarios. El carácter global o cosmopolita de la ciudadanía alimentaria sería similar al de la ciudadanía ecológica, la cual se dirige a un sujeto que trasciende el Estado-nación.

Otro aspecto del concepto de ciudadanía vinculado al sujeto portador de derechos es el de las relaciones entre ciudadanía e igualdad. Si los derechos sociales, tal como los entiende Marshall, son los instrumentos para convertir la igualdad de derecho en la igualdad de hecho, materializada en la idea de "ciudadanía social", esos derechos son incompatibles con los entornos generadores de desigualdad. Siguiendo a Peña (2000: 33), podemos preguntarnos "hasta qué punto el significado y la realidad de la ciudadanía no son determinados hoy por el modelo de referencia que establece el mercado y en qué medida una revitalización de la ciudadanía requeriría romper con una lógica del mercado exclusivamente orientada al beneficio, que concibe

⁷ Algunos de los más significativos movimientos alimentarios tienen ese carácter cosmopolita, globalizado, como es el caso de "Vía Campesina". Sobre el internacionalismo necesario de los movimientos alimentarios véase, Holt (2013).

los derechos como ‘saberes’ y la participación, como coste de inversión”. La igualdad que implica el concepto de ciudadanía presenta siempre una línea de conflicto con la desigualdad estructural del sistema social. Una de estas formas de desigualdad se manifiesta en el desigual acceso a una alimentación suficiente, sana, segura y de calidad⁸. Por tanto, construir una ciudadanía alimentaria debe implicar la superación de esa desigualdad, haciendo reales los derechos a la alimentación. Ello lleva también a cuestionarse si la globalización del sistema agroalimentario y de los mercados de productos alimentarios (y su propia lógica) es compatible, y en qué medida, con la existencia de una ciudadanía alimentaria.

El tercero de los términos iniciales constituyentes del concepto de ciudadanía, en la tradición republicana, es el de la participación. Sin embargo, la participación activa en los asuntos de la comunidad política tiene muchas dimensiones o aspectos y, tal vez, se pueda considerar anacrónico este elemento de la ciudadanía en las complejas sociedades de masas. Desde la posición liberal se ha favorecido una suerte de “ciudadanía pasiva” en la medida que, para esa tradición, lo importante es garantizar la autonomía privada, la independencia y la protección respecto a terceros, más que el autogobierno o la autonomía pública o el desarrollo de mecanismos para asegurar al ciudadano el poder de gobernar (Peña, 2000). De ambas tradiciones podemos tomar orientaciones útiles para definir una ciudadanía alimentaria. Por un lado, la idea misma de autonomía e independencia –a la que habría que añadir la idea de “capacidad”– y la protección frente a terceros. De otro, el reclamo para una participación activa en los asuntos públicos relacionados con la alimentación, mediante la apertura de los espacios de discusión pública y la construcción de mecanismos de control y vigilancia del poder –tanto de los grandes *lobbies* de la alimentación como de las propias agencias públicas relacionadas con ella–. Todo ello se inscribiría en la línea de una democracia participativa, a pesar de sus problemas teóricos y prácticos, pues la ciudadanía no se hace efectiva sin la capacidad para reivindicar el reconocimiento de derechos y la posibilidad de su ejercicio. “Si los derechos son los requisitos de la ciudadanía, son también

⁸ Una de las manifestaciones permanentes de la pobreza ha sido la mala alimentación o su insuficiencia, puesta de relieve por el hambre. Pero en las sociedades llamadas “opulentas” la desigualdad también presenta aspectos relacionados con la alimentación.

el resultado de su ejercicio” (Peña, 2000: 36). Además de autonomía e independencia, se trata también de la capacidad de los ciudadanos para cambiar su situación jurídica y material, y del compromiso hacia la colectividad, en línea con uno de los elementos de la ciudadanía según la tradición comunitarista.

La ciudadanía se ha presentado también como el conjunto de derechos y deberes de los miembros de una comunidad política (normalmente un Estado-nación). Sin embargo, para la ciudadanía ecológica (Dobson, 2005; Valencia Sáiz *et al.*, 2010), los deberes, responsabilidades u obligaciones son más importantes que los derechos, pues se proyectan sobre poblaciones distantes en el espacio y en el tiempo (generaciones futuras), sobre otras especies y sobre el propio planeta. En el caso de la ciudadanía alimentaria, los derechos, lógicamente, anteceden a las obligaciones, pero sin el reconocimiento de estas últimas no hay una ciudadanía alimentaria plena.

¿Cuáles son los deberes de los ciudadanos en relación con la alimentación? Esos deberes se derivarían, sobre todo, de su condición de consumidores: es decir, de las diversas implicaciones (morales, ambientales y de equidad, entre otras) que tienen sus comportamientos alimentarios. No obstante, las obligaciones también son para otros actores alimentarios: productores, distribuidores, etcétera. Los deberes u obligaciones no solo son de carácter positivo (hacer lo que hay que hacer), sino también negativos (no hacer lo que no se debe). En este punto de las obligaciones o responsabilidades del “ciudadano alimentario” se puede extrapolar lo dicho para la ciudadanía ecológica.

Por último, y al igual que en el caso de la ciudadanía ecológica, la ciudadanía alimentaria sitúa el ámbito de su ejercicio tanto en el ámbito privado como en el público, en el comportamiento individual como en el colectivo. Veremos que muchos de los movimientos alimentarios actuales se ubican preferentemente en el ámbito privado, pero otros, y de forma creciente, reclaman una mayor participación en los asuntos públicos relacionados con la alimentación. La ciudadanía alimentaria debería responder a las exigencias de ambos ámbitos.

La construcción de una ciudadanía activa con todos esos rasgos encuentra formidables

obstáculos de todo tipo. En las sociedades actuales, los ciudadanos se pueden sentir inermes ante esos gigantes multiformes que son la burocracia y el mercado, o los grandes poderes políticos y económicos, que escapan en gran medida a su control. Los ciudadanos se ven sometidos a una comunicación asimétrica ante los poderosos medios de comunicación de masas y el poder de la publicidad, que tratan de convertirlos en receptores pasivos y acríticos de sus mensajes y productos. Pero incluso los ciudadanos “conscientemente orientados” encuentran serias dificultades para conciliar principios y reglas morales y políticas con las prácticas cotidianas, por la enorme presión de los contextos estructurales. Las respuestas a esos enormes retos desde la sociedad civil, espacio social en el que se construye la ciudadanía, deben pasar, no obstante, por el fortalecimiento de su dimensión política. Si esto es válido para la ciudadanía política, lo debe ser también para la ciudadanía alimentaria, bajo el supuesto de que podemos darle carta de naturaleza teórica.

3. HACIA UNA DEFINICIÓN COMPLETA DE LA CIUDADANÍA ALIMENTARIA

Partiendo de la constatación de que no existe una definición sistemática de la ciudadanía alimentaria, en este apartado desarrollamos nuestra propuesta teórica, sustentada en siete proposiciones y basada en el reconocimiento de derechos –a la alimentación y a la información sobre los alimentos– y de obligaciones, en el comportamiento privado y público, en la participación política, la justicia y el cosmopolitismo⁹.

— *Primera proposición: La ciudadanía alimentaria consiste en el reconocimiento del derecho social a una alimentación suficiente, saludable y de calidad*

Desde la perspectiva marshalliana de los derechos de ciudadanía, podríamos definir la ciudadanía alimentaria como el reconocimiento del derecho a la alimentación, dentro de la categoría de los derechos sociales. Pero a diferencia del resto de los derechos sociales, el derecho a la alimen-

tación es el derecho fundamental porque afecta a la supervivencia misma de los seres humanos y a su salud. La necesidad material de este derecho confiere un fundamento objetivo a la ciudadanía alimentaria, a diferencia de otros tipos de ciudadanía –como la ecológica–, que se apoyan más en las obligaciones y en fundamentos éticos. Y este derecho no se deriva de la condición de miembro de una comunidad política, sino que es un derecho universal derivado de la propia condición humana. Por tanto, en el caso de la ciudadanía alimentaria, los derechos anteceden a los deberes, pero unos y otros la constituyen básicamente.

El derecho a la alimentación está reconocido en la Declaración Universal de los Derechos Humanos aprobada en 1948. A partir de entonces, este derecho (o algunos de sus aspectos) se ha incorporado a una serie de instrumentos internacionales vinculantes y no vinculantes de derechos humanos. Uno de ellos es el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales, el marco que aborda este derecho humano fundamental del modo más exhaustivo¹⁰.

Por otra parte, el derecho a la alimentación está contenido en el concepto de “seguridad alimentaria”¹¹ que se acuñó en la Conferencia de Alimentación de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) de 1974, con el fin de que los Estados garantizaran la estabilidad y disponibilidad de alimentos mediante una estabilización de los precios (United Nations, 1975). La necesidad de desarrollar el derecho humano a la alimentación y de adquirir un compromiso para reducir a la mitad el número de personas hambrientas propició el giro en el enfoque de la seguridad alimentaria hacia el tema de los derechos, incluyendo a actores no gubernamentales, así como otras preocupaciones sociales más ligadas al acceso a los alimentos, a la nutrición, la salud pública o a los aspectos socioculturales. En este giro se encuadraría la definición consensuada en la Cumbre Mundial sobre la Alimentación organizada por la FAO en Roma en 1996: “existe seguridad alimentaria cuando toda la gente, y de forma permanente, tiene acceso físico, social y econó-

¹⁰ Ley Marco: Derecho a la alimentación, seguridad y soberanía alimentaria, aprobada en la XVIII Asamblea Ordinaria del Parlamento Latinoamericano, celebrada entre el 30 de noviembre y el 1 de diciembre de 2012, Panamá (FAO).

¹¹ Véase <http://www.fao.org/economic/ess/ess-fs/es/>. Para una exposición más amplia y crítica del concepto de seguridad alimentaria: Gómez-Benito y Lozano (2014a y 2014b).

⁹ Proposiciones solo enunciadas en Gómez-Benito y Lozano (2014b).

mico a una comida suficiente, segura y nutritiva que satisfaga sus necesidades dietéticas diarias y sus preferencias alimentarias para una vida activa y sana" (FAO, 1996).

El concepto de "seguridad alimentaria" no solo está reconocido por organismos internacionales, como los ya citados, y es la referencia principal de sus políticas (bien es verdad que más en términos declarativos que de presión eficaz para hacer de él un derecho realmente existente a escala universal), sino que en las sociedades desarrolladas, la seguridad alimentaria adquiere significados adicionales, que amplían el sentido del derecho a la alimentación. En una época marcada por las crisis recurrentes de seguridad alimentaria, esta expresión atiende, sobre todo, a los requisitos de calidad y salubridad de los alimentos y a que, además, no estén adulterados¹². Esta construcción teórica también ha tenido una amplia repercusión entre los movimientos sociales, en particular, en el ámbito norteamericano, por ejemplo, el *Community Food Security* (CFS), surgido a finales de los años ochenta y principios de los noventa del siglo XX (Gómez-Benito y Lozano, 2014a y 2014b). Pero para algunos movimientos, como los que se alinean bajo la etiqueta de la "soberanía alimentaria", el derecho a la alimentación solo se puede conseguir en un sistema que garantice el derecho de cada nación a conseguir y mantener su propia capacidad para producir los alimentos básicos, respetando la diversidad cultural y productiva: "tenemos el derecho a producir nuestros propios alimentos en nuestro propio territorio. La soberanía alimentaria sería, por tanto, la precondition de la genuina seguridad alimentaria" (Vía Campesina, 1996). En la Declaración de Nyéléni se afirma que "la soberanía alimentaria es el derecho a la producción de alimentos en condiciones de salud y culturales apropiadas, a través de métodos ecológicos y sostenibles, y el derecho a definir sus propios sistemas agrarios y alimentarios" (Vía Campesina, 2007). Así pues, se trata de un derecho no solo de los individuos, sino también de los pueblos, no solo a la alimentación, sino también a la producción; un derecho a definir sus propios sistemas alimentarios y agrarios, y a definir las políticas que los regulan o promueven.

— *Segunda proposición: La ciudadanía alimentaria implica la precondition de la*

¹² La reciente crisis de la carne de caballo empleada en la fabricación de hamburguesas es un ejemplo de fraude alimentario, al ocultar el etiquetado su verdadera naturaleza.

autonomía y capacidad del sujeto (el ciudadano) para definir y ejercer sus preferencias alimentarias. Lo cual implica, a su vez, el derecho a una información veraz, suficiente y comprensible para un ciudadano medianamente informado sobre los alimentos.

El concepto de ciudadanía alimentaria contiene dos dimensiones (que, a su vez, son dos ámbitos analíticos): una dimensión individual y otra colectiva. La individual la podemos definir como la capacidad y autonomía de los ciudadanos para definir y elegir sus preferencias alimentarias y desarrollar los comportamientos alimentarios que estime más adecuados; la colectiva, como la capacidad de ejercer una acción (colectiva) para intervenir en las decisiones (políticas y estructurales) que se relacionan con la alimentación o para cambiar los comportamientos alimentarios y los modelos alimentarios promovidos por las grandes corporaciones agroalimentarias. En ambas, de lo que se trata es no solo de pensar/conocer, sino también de actuar; es decir, de constituirse en agencia social.

La autonomía necesaria para el ejercicio de la ciudadanía implica el reconocimiento de otro derecho: el derecho a la información sobre los alimentos. Para Beauchamp y Childress (2001), la autonomía sería un derecho, no una obligación de los consumidores, mientras que para Tavernier (2011) requeriría tanto de la divulgación de información necesaria para conseguir que se tomen decisiones autónomas, como de la ausencia de constricciones paternalistas. La acción autónoma se definiría, por tanto, en términos de agentes que actúan, 1) intencionalmente; 2) con conocimiento; y 3) sin influencias que determinan su acción.

Estas condiciones de la autonomía se encuentran con grandes obstáculos en el ámbito de la alimentación. Por un lado, por la escasa transparencia del sistema industrial de producción de alimentos que invisibiliza las relaciones sociales y los impactos ambientales de la cadena agroalimentaria. Por otro, debido al creciente alejamiento, tanto físico como cognitivo, entre consumidores y productores, que ya no conocen el origen y el destino de los productos alimentarios, ni los procesos a los que han sido sometidos. Esta situación ha propiciado la aparición de los "sistemas expertos" como mediadores de conocimiento, entre los que estarían los programas

de educación alimentaria, las recomendaciones alimentarias o la complejización de etiquetas y envases para incluir diversos tipos de información (Lozano *et al.*, 2013); unos mecanismos que, no obstante y hasta ahora, están más orientados a inducir hábitos alimentarios saludables o a reducir la desconfianza del consumidor que a suministrar al ciudadano la información que posibilitaría su autonomía y su capacidad de elección y participación en los asuntos públicos relacionados con la alimentación.

El derecho a la información alimentaria no debería quedar circunscrito a estos elementos, sino que tendría que incluir otros ámbitos y medios desde los que procurar el derecho a la información alimentaria: leyes y normas que regulen los derechos de los consumidores y los procesos de producción, oficinas de información al consumidor, agencias nacionales y europeas de seguridad alimentaria, campañas públicas de información y de recomendaciones alimentarias, unidades de atención al cliente por parte de los fabricantes, tribunales de arbitraje, etcétera. La traslación al derecho positivo y a las políticas públicas de la regulación de la información relacionada con la producción, la distribución y el consumo de alimentos ha generado uno de los escenarios de mayor conflictividad entre intereses: conflictos entre las administraciones y las empresas, conflictos entre empresas y consumidores, y conflictos entre consumidores y administraciones (Díaz Méndez y Gómez Benito, 2008), de modo que el derecho a la información alimentaria es un campo de confrontación social y política entre consumidores, productores, distribuidores y administraciones públicas. La cuestión del etiquetado es un ejemplo de esos “campos de batalla” en los que se enfrentan los intereses de los ciudadanos y los intereses de las grandes corporaciones agroalimentarias, o, dicho de otra forma, de consumidores y productores.

En este sentido, la opacidad del SAA dominante propicia que el derecho a la información y al conocimiento sobre la alimentación deba ser considerado como una condición previa y necesaria para la construcción de una ciudadanía alimentaria. El concepto de “democracia alimentaria” (Lappé, 1990; Lang, 1998) ha otorgado especial interés a esta dimensión, pues persigue la creación de consumidores activos e informados que participen en la configuración del sistema alimentario a nivel local, regional, nacional y global. Con todo, la autonomía requerida para

la ciudadanía alimentaria no es solo cuestión de información, de conocimientos; lo es también de capacidad práctica para realizar las preferencias y los comportamientos alimentarios, aunque esta se encuentre obstaculizada por factores estructurales que limitan las posibilidades de actuación. De ahí la necesidad de la acción política sobre la regulación del SAA. En esta dimensión han trabajado diversos movimientos sociales que intentan visibilizar la producción de alimentos y garantizar su calidad, mejorar las rentas de los agricultores y reducir los precios para los consumidores, así como el impacto ambiental del transporte y la conservación de los alimentos (Tregear, 2011).

— *Tercera proposición: La ciudadanía alimentaria es también una cuestión de responsabilidades, de deberes u obligaciones hacia: a) el resto de los humanos, cercanos y distantes en el tiempo (generaciones futuras) y en el espacio; b) hacia otros consumidores y productores; c) hacia el medio ambiente y d) el bienestar de los animales. Además, tiene que ver con la justicia y la equidad.*

Si la ciudadanía alimentaria se define ante todo por los derechos, también implica deberes u obligaciones y responsabilidades. El carácter global de los mercados alimentarios implica que nuestros comportamientos alimentarios tienen consecuencias para personas de otras latitudes y de las generaciones venideras, para el medio ambiente y los recursos naturales, para el bienestar de los animales y, además, afectan a las relaciones de equidad con otros productores y consumidores. Es decir, la ciudadanía alimentaria concierne a la justicia, la equidad y la salud pública, y supone responsabilidades hacia la naturaleza y la sociedad.

Estas obligaciones pueden ser positivas –lo que se debería hacer para lograr sistemas alimentarios justos, saludables y sostenibles– y negativas –lo que no se debería hacer por las consecuencias negativas para la equidad en la producción y comercio alimentario, el medio ambiente, la sostenibilidad alimentaria y el bienestar de los animales para el consumo humano. En ambos casos, se trata de tomar conciencia de las consecuencias de nuestros comportamientos alimentarios (de los modelos de consumo alimentario) y de los sistemas de producción y distribución de alimentos, y asumir las responsabilidades derivadas de esas consecuencias.

La asunción de responsabilidades responde al componente ético del propio concepto de ciudadanía. Al hablar de la ciudadanía ecológica, Dobson (2005) y Valencia *et al.* (2010) destacan como fundamento de este pensamiento la ética del cuidado y de la compasión, tanto en el ámbito privado como en el público, y una nueva noción de responsabilidad colectiva. Así pues, la virtud cívica del “ciudadano alimentario” supone tomar en consideración los intereses de los demás, así como estar abierto al debate y a la deliberación. También en lo que respecta a la ciudadanía alimentaria deberían estar presentes el componente ético y el de justicia, basados en el reconocimiento de las desigualdades en los intercambios comerciales de alimentos y en los derechos productivos y de conocimiento (patentes).

Determinados movimientos sociales alimentarios han integrado las obligaciones como elemento clave de su ideología y de su praxis. Los defensores del concepto “justicia alimentaria” ponen de relieve las desigualdades presentes en el sistema alimentario en términos de distribución (Loo, 2014). La *Community Alliance for Global Justice* (2013) define la justicia alimentaria como “el derecho de todas las comunidades a producir, distribuir, acceder y a comer buenos alimentos sin discriminación de raza, clase, género, etnia, ciudadanía, capacidad, religión o pertenencia. Los buenos alimentos son sanos, locales, sostenibles, culturalmente apropiados, humanos y producidos para el sostenimiento de la población y el planeta”. De la misma forma, los movimientos que promueven la “soberanía alimentaria” señalan que habría que incidir no solo en los derechos, sino también en las responsabilidades y obligaciones de nuestros comportamientos alimentarios. En este sentido, realizan una llamada a promover cambios políticos, económicos y sociales, de modo que todos los actores, y desde los diferentes niveles de actuación, tengan la capacidad de configurar las políticas alimentarias, y junto a la exigencia de transparencia de los procesos y garantías de calidad y salubridad, se establezcan políticas que den prioridad a las producciones locales y las necesidades de las poblaciones más desfavorecidas, teniendo en cuenta a las generaciones futuras (Gómez-Benito y Lozano, 2014b).

Los fundamentos teóricos de las responsabilidades y obligaciones del ciudadano ecológico son fácilmente trasladables a las responsabilidades y deberes con el medio ambiente del “ciudadano

alimentario”. Las obligaciones de este último hacia el medio ambiente se derivan de la insostenibilidad de los sistemas industriales de producción de alimentos y de comercio mundial agroalimentario, así como de la insostenibilidad de los modelos de consumo alimentario. La pérdida de biodiversidad, la degradación de suelos, la acumulación de contaminantes por residuos, plaguicidas y fertilizantes químicos, el alto consumo energético de la producción agraria, el procesamiento de alimentos y su transporte a grandes distancias, los tratamientos de alimentos para su larga duración y conservación, entre otros, son aspectos no percibidos por la mayoría de los ciudadanos, lo que dificulta la toma de conciencia de las consecuencias de los sistemas productivos y de los comportamientos alimentarios asociados con ellos.

Por tanto, ser un “ciudadano alimentario” requeriría pensar acerca de las implicaciones de cómo comemos (Wilkins, 2005); supondría la reducción de los actuales niveles de consumo de las poblaciones privilegiadas, partiendo de la base de que son insostenibles; implicaría una mayor igualdad en el acceso a los alimentos y un mayor empoderamiento a todos los niveles sociales (Johnston, 2008), así como el desarrollo de acciones a nivel individual y colectivo, en el ámbito privado y en el diseño e implementación de las políticas públicas.

— *Cuarta proposición: Los sujetos de la ciudadanía son todos los ciudadanos. La ciudadanía alimentaria debe constituirse en un movimiento de ciudadanos en el que convergen consumidores, productores de distintos niveles y distribuidores comprometidos con un modelo alimentario sostenible en todos los sentidos: económico, social y ambiental.*

La mayoría de los autores (Lockie, 2008; Renting *et al.*, 2012) consideran que lo que dota de especificidad a la ciudadanía alimentaria es el interés por superar los límites establecidos por la visión dualista productores-consumidores y por reconfigurar el papel de los actores sociales en el sistema alimentario. Es verdad que la condición de consumidores comprende a todos los individuos (lo que no ocurre con la de productores), y es por eso que el consumo alimentario desempeña un papel importante en la configuración de una ciudadanía alimentaria. En este ámbito surge la expresión *citizen-consumers* para hacer refe-

rencia a aquel consumidor que es capaz de satisfacer sus deseos personales al mismo tiempo que promueve la responsabilidad colectiva y el bien común. El ciudadano-consumidor usa su poder de compra para desarrollar, desde el ámbito individual y privado, un nuevo espacio de la agencia social y de la acción política (Johnston, 2008; Tavernier, 2011).

Desde la óptica de la ciudadanía alimentaria, la unión de ambos términos resulta problemática, puesto que la ciudadanía es algo más que el consumo, incluso aunque este adquiera un carácter político (Jubas, 2007). De ahí que se haya criticado que, al dirigir su atención de forma casi exclusiva hacia los consumidores, el concepto de ciudadano-consumidor continúa primando el aspecto individual y privado de la alimentación frente a la dimensión colectiva y pública. Asimismo, al centrarse únicamente en los derechos individuales sitúa el foco de actuación en el mercado, sin tener en cuenta los factores estructurales que afectan al conjunto de los ciudadanos (Hilton, 2005).

Frente a esta conceptualización, la ciudadanía alimentaria se caracteriza por integrar a una multiplicidad de actores sociales comprometidos con la sostenibilidad ambiental y social de los SAA. De hecho, la mayor parte de los movimientos alimentarios buscan una alianza entre sectores de consumidores y de productores a favor de una alimentación sostenible (Renting *et al.*, 2012), los cuales se configuran como movimientos sociales que tratan de articular nuevos espacios económicos alternativos y de transformar las estructuras y la organización del sistema agroalimentario.

— *Quinta proposición: La ciudadanía alimentaria se manifiesta tanto en el ámbito privado como en el público, tanto en el ámbito individual como en el colectivo.*

Al igual que la ciudadanía ecológica, la ciudadanía alimentaria debe concretarse en el espacio privado y en el espacio público. El ámbito privado del comportamiento del “ciudadano alimentario” abarca todo el proceso de la alimentación: 1) la elección de los alimentos; 2) los lugares de compra; 3) los lugares de consumo (hogares, restauración, comedores públicos); 4) la cantidad de la compra; 5) la preparación de las comidas; 6) el tratamiento de los residuos alimentarios. Cada uno de estos actos tiene consecuencias

sociales, económicas y ambientales. La virtud cívica del “ciudadano alimentario” debe traducirse en unas buenas prácticas alimentarias que, además de estar orientadas por criterios de salud y bienestar personal, se guíen por sus beneficios colectivos: justicia y sostenibilidad.

En el ámbito privado, la condición de “ciudadano alimentario” implica tomar conciencia y asumir las responsabilidades por los propios comportamientos alimentarios. Supone, pues, concienciarse del alcance de las preferencias y comportamientos alimentarios, de la dimensión de equidad implícita en los sistemas agroalimentarios y los modelos alimentarios locales y globales, así como de las consecuencias para el medio ambiente y el bienestar de los animales. Y es que la ciudadanía, como señalan Barry y Proops (2000), no solo es una institución de inclusión, sino también de implicación, dentro de una visión normativa de la democracia que debe ir más allá de las reformas institucionales de nuestros sistemas democráticos para conocer experiencias de aplicación práctica. Parafraseando a Valencia Sáiz *et al.* (2010) en relación con el ciudadano ecológico, la virtud del “ciudadano alimentario” reside en la aceptación de su propio papel voluntario en la construcción de una alimentación sostenible, pues el acatamiento de las normas no es una virtud, sino un deber elemental. La virtud cívica del “ciudadano alimentario” se traduce en conductas regidas por la austeridad, el cuidado y la moderación como pautas generales. El aprendizaje debe ir acompañado de prácticas privadas y colectivas que transformen las condiciones socioeconómicas.

— *Sexta proposición: La ciudadanía alimentaria requiere e implica el derecho a participar en la gobernanza de los asuntos relacionados con la alimentación y en el diseño de las políticas alimentarias. Exige transparencia e información acerca de los objetivos y mecanismos de estas políticas, y busca la incorporación de la alimentación a la agenda política pública.*

La ciudadanía se define también, como hemos visto, por su capacidad de participación en la comunidad política (en un sentido cosmopolita). Se trata de que los actores sociales del sistema alimentario dejen de situarse en sus márgenes, de ser individuos pasivos, para convertirse en ciudadanos activos e informados que participen activamente en la configuración del sistema ali-

mentario a nivel local, regional, nacional y global. Para Levkoe (2006), la transición a la ciudadanía alimentaria requiere que la gente desarrolle el conocimiento y las habilidades necesarias para participar activamente en la sociedad. La participación constituiría, por tanto, el eje fundamental que propiciaría la reorientación del sistema alimentario, y el elemento fundamental que fomentaría la consecución de la ciudadanía alimentaria. Para Dubuisson-Quellier y Lamine (2011) y Renting *et al.* (2012), no solo se construye ciudadanía con un cambio en las acciones individuales mediante la educación y la toma de conciencia de las implicaciones del sistema alimentario actual, sino especialmente, con la defensa de los bienes comunes mediante la participación de los ciudadanos en la vida comunitaria y en el ámbito público. La acción colectiva es una dimensión fundamental para adquirir ese conocimiento, pero también para aumentar su conciencia, presionar a los gobiernos o generar alternativas viables al actual sistema alimentario.

Sin embargo, la ciudadanía alimentaria parece muy difícil de ejercer en un contexto dominado por las grandes corporaciones agroalimentarias y en un marco insostenible, oligopólico y que genera profundas injusticias. La ciudadanía alimentaria necesita de un nuevo modelo político-económico capaz de combinar la sostenibilidad de la alimentación (porque la alimentación del futuro será sostenible o no será) con la justicia social, además de reunir las condiciones señaladas anteriormente. Una definición de ciudadanía alimentaria no implica una posición *a priori* ante esa duda; antes bien, solo la praxis de esa(s) ciudadanía(s) dará(n) con la respuesta. Pero en cualquier caso, la ciudadanía alimentaria debe buscar una transformación profunda de las instituciones económicas, sociales y políticas existentes para definir el papel del Estado y del mercado, de la regulación y de la innovación, y de los diferentes actores sociales en el ámbito de la alimentación.

El objetivo final de la ciudadanía alimentaria orientada políticamente sería hacer posible una gobernanza alimentaria más horizontal e integradora, y buscar nuevos sistemas e instituciones de regulación alimentaria, más democráticos, más transparentes y que respondan a las necesidades universales de una alimentación suficiente, saludable, de calidad y sostenible. Todo ello supone una mayor apertura de la política alimentaria a la participación ciudadana, al menos en paridad con la participación de dere-

cho o de hecho de los agentes económicos del sistema agroalimentario y que contemple los intereses legítimos de la ciudadanía.

A diferencia del ecologismo político, la ciudadanía alimentaria está lejos de constituir o inspirar un movimiento político. Los movimientos alimentarios no han alcanzado todavía la magnitud ni el alcance social del movimiento ecologista y, por tanto, todavía carecen de la capacidad de influir en las agendas políticas que tiene este movimiento organizado, desde hace décadas, nacional e internacionalmente. Pero existen numerosos movimientos sociales alimentarios de muy diversa naturaleza y con objetivos muy diferentes, que deben ser la matriz de futuras expresiones y desarrollos de una ciudadanía alimentaria de carácter político (que no quiere decir de partidos específicos, como en el caso de los partidos verdes).

Hasta ahora, los movimientos alimentarios se han orientado, por un lado, hacia la resistencia a los procesos de globalización, a la expansión de las grandes corporaciones alimentarias transnacionales, a las políticas agrarias y alimentarias, a la destrucción de la agricultura campesina, etcétera; y, por otro, a la creación de sistemas de producción, distribución y consumo alternativos, al margen del sistema global agroalimentario dominante. Desde determinados movimientos alimentarios, sobre todo aquellos que inciden en el concepto de “soberanía alimentaria”, se aboga por promover cambios políticos, económicos y sociales que capaciten a los ciudadanos para participar en el proceso de adopción de las políticas alimentarias (Patel, 2009; Fairbairn, 2011).

— *Séptima proposición: La ciudadanía alimentaria no puede ser más que una ciudadanía cosmopolita, como respuesta a la globalización del mercado mundial de alimentos, a las consecuencias ambientales globales de los sistemas de producción de alimentos, y a la propia internacionalización de las agencias públicas de regulación alimentaria.*

El derecho a la alimentación deriva de nuestra condición de humanos, y no solo de ciudadanos de una comunidad política, por lo que la ciudadanía alimentaria ha de sostenerse, no en la condición de miembro de una comunidad política determinada, sino en la de sujeto de derechos universales, como es el de la alimentación. El carácter cosmopolita de la ciudadanía alimen-

taria presenta los mismos problemas teóricos que la ciudadanía ecológica, como es el de definir *a priori* los espacios públicos de intervención y sus sujetos. Pero unos (los espacios) y los otros (los sujetos) vendrán definidos por los problemas que constituyan la praxis de la ciudadanía.

El necesario carácter cosmopolita de la ciudadanía alimentaria viene dado, en primer lugar, por los procesos de globalización alimentaria, por la existencia de las grandes corporaciones multinacionales privadas presentes en casi todos los eslabones de la cadena agroalimentaria, con un poder de control creciente sobre esa cadena y sobre los sistemas y modelos alimentarios, y por la internacionalización de las agencias políticas con responsabilidad en este campo (desde la FAO, el Banco Mundial, el GATT [Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio] y la OCDE, hasta la Unión Europea, como entidad política supraestatal con competencia en el ámbito de la agricultura y de la alimentación). Todas ellas son las interlocutoras de una ciudadanía alimentaria cosmopolita, además de los gobiernos nacionales y las administraciones públicas.

Es evidente, que, ante la internacionalización o globalización del sistema agroalimentario en todos sus aspectos, desde los productivos y comerciales a los regulatorios, la acción ciudadana debe operar en ese marco globalizado, atendiendo a los derechos de ciudadanos distantes entre sí, pero unidos por unos problemas comunes o interrelacionados. No puede ser de otra manera que cosmopolita, de defensa de derechos universales y globales y no solo locales; de obligaciones globales, y no solo locales o individuales; de acción global, y no solo local. En segundo lugar, el necesario cosmopolitismo de la ciudadanía alimentaria obedece a las implicaciones ambientales de los sistemas agroalimentarios. En este punto, la ciudadanía alimentaria coincide básicamente con la ciudadanía ecológica. Y en tercer lugar, la globalización de los mercados alimentarios plantea cuestiones de equidad entre productores y consumidores de distintas regiones y países del mundo.

4. CONCLUSIONES

Podemos adelantar, en último lugar, una definición de “ciudadano alimentario” como aquel individuo que tiene acceso a una alimen-

tación suficiente, sana y de calidad o se moviliza por conseguirla; un ciudadano que se interesa activamente por definir y ejercer sus preferencias alimentarias, lo que requiere un esfuerzo por informarse no solo de en qué consiste una alimentación sana y suficiente, sino también de las condiciones y los procesos de la producción y distribución de los alimentos a lo largo de la cadena alimentaria, y que es consciente de las implicaciones de equidad social, ambientales y del bienestar de los animales, lo que se resume en la expresión de una alimentación sostenible; un ciudadano que, además, desarrolla prácticas alimentarias personales consecuentes con esas orientaciones de valor y esos marcos cognitivos, y participa de alguna manera en acciones colectivas orientadas en ese mismo sentido, y que persigue participar en la gobernanza de los asuntos alimentarios. Se trata, pues, de que el “ciudadano alimentario” cultive una serie de valores y actitudes –preferencias, manifestación de interés y preocupación, búsqueda de información, disposición hacia la regulación alimentaria, deseo de participación– y de comportamientos consecuentes, en el ámbito privado –elecciones y hábitos alimentarios– y en el público –defensa de los derechos alimentarios, incidencia en los poderes públicos–; unos comportamientos domésticos y privados orientados públicamente, porque el beneficio de la comunidad sería el criterio rector de sus comportamientos privados. En definitiva, una ciudadanía que se expresa en el plano de la conciencia alimentaria –conocimiento, preocupación e interés–, de las actitudes hacia la alimentación y su regulación, y de los comportamientos privados y públicos; una ciudadanía que engloba a todos los actores sociales implicados en la alimentación: consumidores, productores, distribuidores y elaboradores, principalmente.

No está claro cuál es el mínimo exigible para considerar a un ciudadano como “ciudadano alimentario”, pues es evidente que se trata de una definición normativa ideal, pero sirve para identificar y situar, en una escala, a la ciudadanía, y sirve asimismo para orientar la sensibilización ciudadana. Pero, además de los factores individuales que condicionan la emergencia de una ciudadanía alimentaria, hay que tener en cuenta los factores estructurales y contextuales que la favorecen, dificultan o imposibilitan. En el caso de la alimentación, los factores estructurales limitantes de esa ciudadanía alimentaria, que condicionan el acceso al conocimiento y también las prácticas reales, son de extraordinario peso. En

cualquier caso, esos valores, esas actitudes y esos comportamientos que definen la ciudadanía alimentaria son, a la vez, indicadores de su existencia e intensidad.

BIBLIOGRAFÍA

BARRY, J. y J. PROOPS (2000), *Citizenship, Sustainability and Environmental Research. Q Methodology and Local Exchange Trading Systems*, Cheltenham, Edward Elgar.

BEAUCHAMP, T. L. y J. F. CHILDRESS (2001), *Principles of Biomedical Ethics*, Nueva York, Oxford University Press.

CALLE, A.; SOLER, M.; VARA, I. y D. GALLAR (2012), "La desafección al sistema agroalimentario: ciudadanía y redes sociales", *Interface*, 4(2): 459-489.

COMMUNITY ALLIANCE FOR GLOBAL JUSTICE (2013), *Food Justice Project. Community Alliance for Global Justice* (extraído el 3 de junio de 2013 de: <http://www.seattleglobaljustice.org/food-justice/>).

DÍAZ MÉNDEZ, C. y C. GÓMEZ BENITO (coords.) (2008), *Alimentación, consumo y salud*, Barcelona, Obra Social "La Caixa".

DOBSON, A. (2003), *Citizenship and the Environment*, Nueva York, Oxford University Press.

— (2005), "Ciudadanía ecológica", *Isegoría*, 132: 47-62.

DUBUISSON-QUELLIER, S. y C. LAMINE (2011), "Citizenship and consumption: Mobilisation in alternative food systems in France", *Sociologia Ruralis*, 51(3): 304-323.

FAIRBAIRN, M. (2011), "Framing transformation: the counter-hegemonic potential of food sovereignty in the US context", *Agriculture and Human Values*, 29(2): 217-230.

FAO (1996), *Rome Declaration on World Food Security and World Food Summit Plan of Action*, World Food Summit, 13-17 noviembre 1996, Roma, Food and Agriculture Organization of the United Nations.

GÓMEZ-BENITO, C. y C. LOZANO (2014a), *¿Consumidores o ciudadanos? Reflexiones prelimina-*

res sobre el concepto de ciudadanía alimentaria, Working Paper, nº 1 del Proyecto I-D-I CSO2010-22070-C03-02.

— (2014b), "Constructing food citizenship: Theoretical premises and social practices", *Italian Sociological Review*, 14(1), [en prensa].

HILTON, M. (2005), "The duties of citizens, the rights of consumers", *Consumer Policy Review*, 15(1): 6-12.

HOLT GIMÉNEZ, E. (ed.) (2013), *¡Movimientos alimentarios unidos! Estrategias para transformar nuestros sistemas alimentarios*, Barcelona, Icaria.

JELIN, E. (2000), "Towards a global environmental citizenship?", *Citizenship Studies*, 4: 47-63.

JOHNSTON, J. (2008), "The citizen-consumer hybrid: Ideological tensions and the case of whole foods market", *Theory and Society*, 37(3): 229-270.

JUBAS, K. (2007), "Conceptual con/fusion in democratic societies: Understandings and limitations of consumer-citizenship", *Journal of Consumer Culture*, 7(2): 231-254.

KYMLICKA, W. y W. NORMAN (1997), "El retorno del ciudadano. Una revisión de la producción reciente en teoría de la ciudadanía", *La Política*, 3: 5-39.

LANG, T. (1998), "Towards a food democracy", en: GRIFFITHS, S. y J. WALLACE (eds.), *Consuming Passions: Cooking and Eating in the Age of Anxiety*, Manchester, Manchester University Press: 13-24.

LAPPÉ, F. M. (1990), "Food, farming, and democracy", en: CLARK, R. (ed.), *Our Sustainable Table*, San Francisco, North Point Press: 143-159.

LEVKOE, C. Z. (2006), "Learning democracy through food justice movements", *Agriculture and Human Values*, 23(1): 89-98.

LOCKIE, S. (2008), "Responsibility and agency within alternative food networks: Assembling the 'citizen consumer'", *Agriculture and Human Values*, 26(3): 193-201.

LOO, C. (2014), "Towards a more participative definition of food justice", *Journal of Agricultural and Environmental Ethics* [en prensa].

LOZANO, C.; LUQUE, E. y M. MORENO (2013), "Estrategias e interpretaciones del etiquetado alimentario entre productores y consumidores en España", *Revista de Economía Agrícola*, 59(2): 53-67.

LUQUE, E. (2005), "Researching environmental citizenship and its publics", *Environmental Politics*, 14(2): 211-225.

MARSHALL, T. H. (1998 [1950]), *Ciudadanía y clase social*, Madrid, Alianza Editorial.

MORÁN, M. L. y J. BENEDICTO (2000), *Jóvenes y ciudadanos*, Madrid, INJUVE.

PATEL, R. (2009), "What does food sovereignty look like?", *The Journal of Peasant Studies*, 36(3): 663-773.

PEÑA, J. (2000), *La ciudadanía hoy: problemas y propuestas*, Valladolid, Universidad de Valladolid.

RENTING H.; SCHERMER, M. y A. ROSSI (2012), "Building food democracy: Exploring civic food networks and newly emerging forms of food citizenship", *International Journal of Sociology of Agriculture and Food*, 19(3): 289-307.

SMITH, M. J. y P. PANGSAPA (2008), *Environment and Citizenship. Integrating Justice, Responsibility and Civic Engagement*, Londres, Zed Books.

TAVERNIER, J. (2011), "Food citizenship: Is there a duty for responsible consumption?", *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 25(6): 895-907.

TREGAR, A. (2011), "Progressing knowledge in alternative and local food networks: Critical reflections and a research agenda", *Journal of Rural Studies*, 27(4): 419-430.

UNITED NATIONS (1975), *Report of the World Food Conference*, Roma, Nueva York, 5-16 noviembre de 1974.

VALENCIA SÁIZ, A.; ARIAS MALDONADO, M. y R. GARCÍA VÁZQUEZ (2010), *Ciudadanía y conciencia medioambiental en España*, Madrid, CIS.

VÍA CAMPESINA (1996), *Declaration of Food Sovereignty*, 11-27 de noviembre, Roma, extraído el 30 de mayo de 2014 de: (<http://www.voiceoftheturtle.org/library/1996%20Declaration%20of%20Food%20Sovereignty.pdf>).

— (2007), *Nyeléni Declaration, Sélingué, Malí* (extraído el 7 de diciembre de 2013 de: <http://viacampesina.org/en/index.php/main-issues-mainmenu-27/food-sovereignty-and-trade-mainmenu-38/262-declaration-of-nyl>).

WILKINS, J. L. (2005), "Eating right here: Moving from consumer to food citizen", *Agriculture and Human Values*, 22(3): 269-273.

Actitud y confianza de los españoles ante la alimentación

ISABEL GARCÍA ESPEJO Y AMPARO NOVO VÁZQUEZ*

RESUMEN

La complejidad de la cadena alimentaria ha traído como consecuencia la aparición de nuevos riesgos, de tal forma que la confianza del consumidor se ha visto alterada de manera más o menos cíclica por los acontecimientos de contaminación que se han ido produciendo a nivel global. Este artículo trata sobre la confianza de la población española en temas de seguridad y riesgo alimentario, sus actitudes hacia los diferentes agentes implicados en la cadena agroalimentaria, y su posible intervención en determinadas formas de acción social relacionadas con la alimentación. Para examinar estas cuestiones se ha utilizado la Encuesta de Hábitos Alimentarios, Seguridad e Innovación Alimentaria (2012). Los resultados sugieren que el entorno alimentario de España ofrece garantías a los ciudadanos a la hora de realizar sus compras. Pese a no participar activamente en la discusión de cuestiones relativas al consumo, los españoles muestran interés ante los problemas derivados de la seguridad alimentaria.

1. INTRODUCCIÓN

En la década de los ochenta aumentó la preocupación por la seguridad de los alimentos debido a las sucesivas alarmas en torno a productos de origen animal. Este fue el motivo por el que la política alimentaria europea dio un giro

* Universidad de Oviedo, Departamento de Sociología (igarcia@uniovi.es; anovo@uniovi.es).

consistente en cambios que no solo afectaron al sector de producción de alimentos, sino también al marco jurídico y reglamentario, a las autoridades públicas encargadas del control y a las directrices científicas en aspectos relacionados con la regulación de la seguridad (Halkier y Holm, 2006). En este contexto, actores sociales implicados en cuestiones alimentarias fueron animados a participar en las estrategias para la solución de los problemas surgidos. Así, la nueva política de la Unión Europea ilustró el cambio en la gestión, desde un enfoque "dirigista" hacia un enfoque más normativo (Majone, 1999). A este hecho ha contribuido de manera significativa la labor realizada por científicos y expertos sanitarios, aumentando la credibilidad y aceptación de las normas internacionales (*Codex Alimentarius*) respaldadas por órganos internacionales independientes encargados de la evaluación de riesgos. Se puede afirmar que las instituciones supranacionales se han comprometido para que productores, organismos de control de alimentos y el comercio internacional aúnen esfuerzos para salvaguardar la salud de la ciudadanía a nivel global y, en su caso, restaurar la confianza de los consumidores (FAO/OMS, 2006).

Sin duda, la progresiva complejidad tecnológica del sector alimentario ha generado un aumento de la incertidumbre y de la percepción de riesgo entre la población en relación al consumo. Para amortiguar estos efectos se necesita incrementar la confianza. La profusa evidencia empírica da cuenta de que la confianza en las instituciones está estrechamente correlacionada con la percepción y aceptabilidad de los diferentes riesgos (Freudenburg, 1993; Jungermann,

Pfister y Fischer, 1996; Siegrist *et al.*, 2000). De este modo, cuando los riesgos son inciertos, la confianza en los productores de alimentos y en los organismos reguladores es esencial. De ahí que exista una creciente presión política para que los controles se incrementen como mecanismo de apoyo a la confianza del consumidor en la seguridad del suministro de alimentos (Henson y Caswell, 1999).

La percepción y las actitudes ante los riesgos alimentarios dependen de factores sociales y del contexto de consumo en el que aquellos se producen (Callejo, 2005; Cáceres, 2002). Sobre este punto, la disminución de las interacciones personales en la vida cotidiana puede haber incidido en que la gente deposite más su confianza en las instituciones (Henson y Caswell, 1999). Así, para algunos consumidores, el Estado es el referente principal de confianza; sin embargo, otros otorgan al mercado este papel (Berg *et al.*, 2005). Los ciudadanos que depositan su confianza en el Estado pertenecen a países cuyos gobiernos están muy implicados en la regulación del sistema agroalimentario (Sonderskov y Daugbjerg, 2010). A este respecto se pueden observar divergencias internacionales importantes en cuanto a la confianza de los consumidores, el grado de información por parte de las instancias públicas o la garantía de las leyes de protección del consumidor. Como puso de manifiesto el Eurobarómetro 354 (2010) sobre riesgos relacionados con la alimentación, las iniciativas normativas de la UE se han percibido y manejado de manera muy diferente en los Estados miembros de la Unión Europea.

Si nos remitimos al caso español, que es el objeto de este trabajo, la confianza y seguridad de los españoles muestran perfiles propios acerca de lo que entienden por confianza, riesgo y seguridad (Eurobarometer, 2010). Tanto los factores sociales ligados al consumidor como el papel de las instituciones cuando afrontan los problemas alimentarios influyen en la respuesta de la población ante las crisis alimentarias. Pero aun cuando existan agencias supranacionales que indican cómo afrontar las crisis, las aplicaciones de las normas han creado contextos de consumo alimentario diferenciados sobre los que se asientan las respuestas de los ciudadanos de un determinado territorio (Kjaernes, Harvey y Warde, 2013).

En este artículo se analiza la confianza del ciudadano en lo que come, y su grado de afectación respecto a los diferentes agentes implicados

en la cadena agroalimentaria. Este es un asunto decisivo para comprender cómo pueden variar los hábitos de consumo y hasta qué punto los consumidores pueden llegar a movilizarse ante los temas relacionados con la alimentación. A su vez, estas preguntas llevan a plantear la cuestión de si en la actualidad estamos ante una ciudadanía apática y poco participativa cuando hablamos del consumo alimentario. El análisis que aquí se presenta se basa en los datos de la Encuesta de Hábitos Alimentarios, Seguridad e Innovación 2012 (ENHALI-2012), realizada a una muestra de 1.500 personas en todo el territorio español entre febrero y agosto de 2012 (Díaz-Méndez, 2013).

Este artículo se estructura en tres partes: la primera expone la confianza de los españoles en la alimentación y en los actores del sector agroalimentario; las actitudes y comportamientos adoptados por los españoles ante una situación de riesgo alimentario se analizan en la segunda, mientras que la última sección, previa a las conclusiones, aborda la participación ciudadana en cuestiones relativas a la seguridad alimentaria.

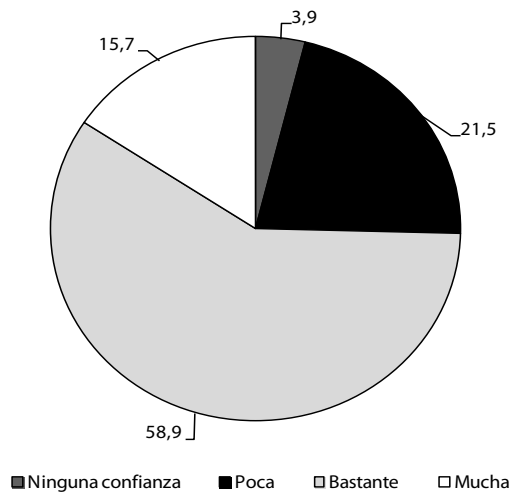
2. LA CONFIANZA DE LOS ESPAÑOLES EN LA ALIMENTACIÓN Y EN LOS ACTORES DEL SECTOR AGROALIMENTARIO

La confianza tiene un importante papel en la configuración de las actitudes y los comportamientos sociales de la población ante situaciones de riesgo. Según el Eurobarómetro 2010, en Europa destacan tres países con una relativa mayoría de consumidores desconfiados: Bulgaria (64 por ciento), Grecia (57 por ciento) y Rumania (47 por ciento). En el otro extremo se sitúan los consumidores de Holanda, Suecia, Reino Unido, Dinamarca, Eslovenia, Finlandia, Bélgica, Irlanda y Luxemburgo (rango de confianza entre el 83 por ciento y el 95 por ciento).

De acuerdo con los datos de ENHALI-2012, los españoles confían en el entorno alimentario dentro del cual toman sus decisiones de consumo: para tres cuartas partes de la población, los productos que se venden no implican riesgo para su salud (confían mucho o bastante en los alimentos que compran), mientras que una de cada cuatro personas manifiesta algo de escepticismo ante los productos que ofrece el mercado (gráfico 1).

GRÁFICO 1

CONFIANZA EN LOS ALIMENTOS QUE COMPRA (PORCENTAJE)



Pregunta: “¿Podría decirme, hablando en general, hasta qué punto tiene usted ninguna, poca, bastante o mucha confianza, en que los alimentos que compramos sean sanos y no impliquen riesgo para nuestra salud?”.

Fuente: ENHALI-2012.

Pero ¿cuáles son las características individuales que se asocian a una mayor o menor confianza en la alimentación? Para dar respuesta a esta pregunta, se ha elaborado un modelo de regresión logística ordinal en el que la variable dependiente adopta los valores “1” (ninguna confianza), “2” (poca confianza), “3” (bastante confianza) y “4” (mucha confianza). Las variables independientes sociodemográficas son: sexo, edad, tamaño del lugar de residencia, tipo de hogar, nivel de estudios y situación laboral. Junto a estas variables se ha incorporado la variable que mide el grado de implicación en la preparación de la comida. Los parámetros con signo positivo se asocian a una mayor confianza en la alimentación, mientras que los negativos indican una confianza menor.

Según los resultados obtenidos, son las personas mayores de 75 años (categoría residual) las que expresan una mayor confianza frente al resto de grupos de edad. También manifiestan una actitud más confiada las que tienen estudios de formación profesional y los estudiantes. Cabe señalar que las personas encargadas de la preparación de la comida son las que manifiestan una menor confianza en que los alimentos sean sanos

(cuadro 1). Esto muestra cómo la implicación en la alimentación cotidiana, a través de su preparación, da lugar a una actitud más crítica y reflexiva, y, por tanto, a una mayor preocupación sobre los problemas que trae consigo comer. La respuesta de las personas que cocinan denota una mayor responsabilidad de este colectivo. Teniendo en cuenta que alrededor de la mitad de la población se ocupa de la alimentación de la otra mitad, no es extraño que sea aquella mitad también la que responde con mayor preocupación ante los riesgos. Este resultado coincide con el de otros estudios que evidencian un aumento de los niveles de desconfianza entre aquellas personas que tienen que comprar y cocinar para los demás. Cuando uno vive solo, al perder la comida su sentido más social y adquirir un carácter más rutinario, la preocupación por la calidad de la comida deja de ser prioritaria (Callejo, 2005).

Además del análisis del grado de confianza general de la población en la seguridad de los alimentos, es interesante conocer la valoración que hacen los consumidores de los diversos establecimientos donde realizan su compra. Los valores oscilan entre “1” (nada seguro) a “4” (muy seguro).

CUADRO 1

**CONFIANZA EN LOS ALIMENTOS QUE SE COMPRAN
(REGRESIÓN LOGÍSTICA ORDINAL)**

SEXO (Cat. residual: Mujer)	0,177
Edad (Cat. residual: Más de 75 años)	
De 18 a 30 años	-0,688**
De 31 a 40 años	-0,529*
De 41 a 55 años	-0,751***
De 56 a 65 años	-0,783***
De 66 a 75 años	-0,293
TAMAÑO HÁBITAT (Cat. residual: Más de 500.000)	
Hasta 10.000 habitantes	-0,178
De 10.001 a 100.000 habitantes	-0,428**
De 100.001 a 500.000 habitantes	-0,315
TIPO DE HOGAR (Cat. residual: Otros)	
Solo	0,289
Pareja/Cónyuge	-0,012
Pareja/Cónyuge con hijos	0,017
Con hijos	-0,445
Con padres	-0,318
Con padre o madre	0,044
Con amigos	-0,035
NIVEL DE ESTUDIOS (Cat. residual: Universitarios superiores)	
Menos de estudios primarios	0,357
EGB o ESO	0,344**
Bachiller, BUP, COU	0,043
FP	0,462**
Universitarios medios	-0,007
SITUACIÓN LABORAL (Cat. residual: Ama de casa)	
Trabaja	0,193
Parado	0,116
Estudiante	0,684**
Jubilado	0,064
RESPONSABILIDAD COCINAR (Cat. residual: Otras personas)	
Responsable de todo o la mayoría	-0,335**
Responsable de más o menos la mitad	-0,573**
Responsable de menos de la mitad	0,377
Número de casos:	1.504

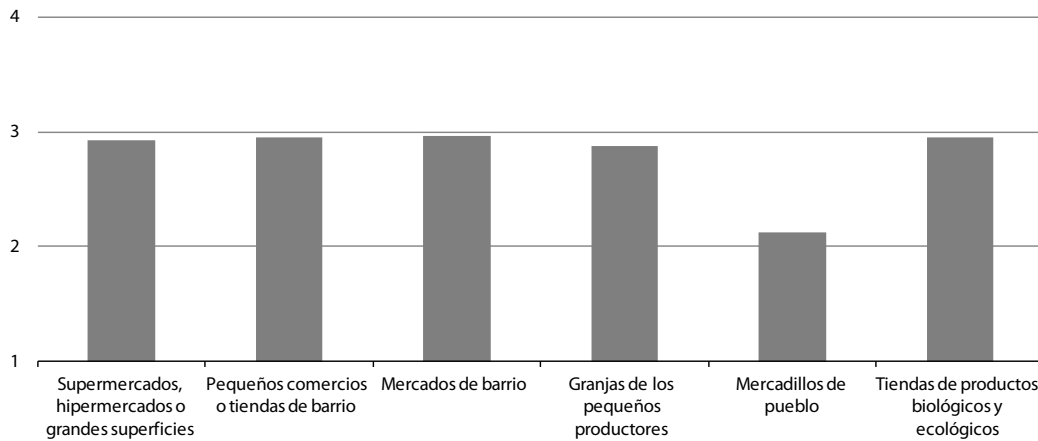
* $p < 0,1000$ ** $p < 0,0500$ *** $p < 0,0100$

Pregunta: "¿Podría decirme, hablando en general, hasta qué punto tiene Ud. ninguna, poca, bastante o mucha confianza, en que los alimentos que compramos sean sanos y no impliquen riesgo para nuestra salud?"

Fuente: ENHALI-2012.

GRÁFICO 2

GRADO DE SEGURIDAD DE LOS ALIMENTOS VENDIDOS EN ESTABLECIMIENTOS
(ESCALA 1 [NADA SEGURO] - 4 [MUY SEGURO])



Pregunta: "Valore el grado de seguridad de los alimentos que venden en los siguientes establecimientos comerciales según sean para usted nada seguros, algo seguros, bastante seguros o muy seguros".

Fuente: ENHALI-2012.

Si se observan las medias obtenidas, los entrevistados valoran de manera bastante positiva los establecimientos en los que compran, y confían en su seguridad. Tanto los supermercados e hipermercados como el pequeño comercio o los mercados de barrio son considerados por la mayoría de la población bastante seguros, con un valor medio cercano a 3. Solo obtienen una valoración inferior los mercadillos callejeros o de pueblo, que son considerados poco seguros. Los productos que se pueden adquirir en estos puestos de venta son percibidos con mayor desconfianza, dado que una parte importante de su elaboración y producción se encuentra al margen del control y de las normas de seguridad alimentaria. Esta mercancía, además, es susceptible de sufrir alteraciones por causas biológicas o ambientales debidas a la manipulación, sin que el consumidor tenga la garantía de que los alimentos ofrecidos estén libres de contaminaciones o de aditivos potencialmente peligrosos para la salud (gráfico 2).

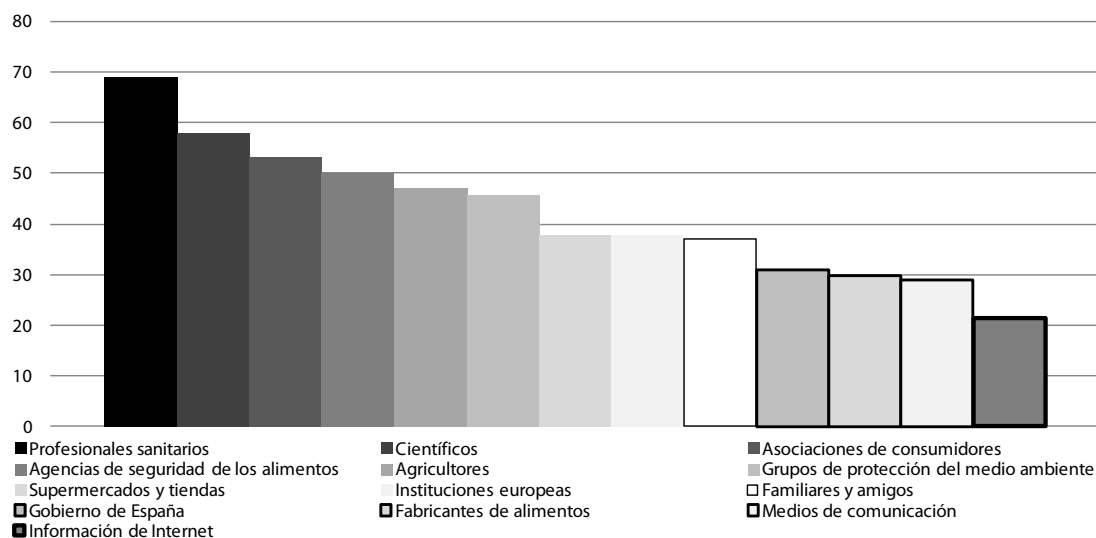
La percepción del riesgo también varía en función del contexto de consumo y de las instituciones en las que se confía. De este modo, se puede decir que el comportamiento o las res-

puestas sociales de los consumidores respecto a la confianza alimentaria no están determinados en exclusividad por los factores sociodemográficos individuales; es necesario conocer cómo el entorno institucional de la sociedad influye en una mayor tranquilidad de la población. El conjunto de actores sociales implicados en la seguridad alimentaria y en la defensa de los consumidores ha cobrado relevancia y protagonismo ante los riesgos alimentarios, sobre todo en la década de los noventa (Cáceres, 2002).

A este respecto, es preciso señalar que los estudios realizados sobre confianza y riesgo vislumbran la creciente desconfianza de los consumidores en las instituciones tradicionales implicadas en el sistema agroalimentario, y también un cambio de tendencia en la fiabilidad que otorgan a otras organizaciones (Berg *et al.*, 2005; Sonderskov y Daugbjerg, 2010). Según el Eurobarómetro 354 (2010), la proporción de ciudadanos que no se sienten protegidos por las leyes de protección del consumidor es alta en Bulgaria (81 por ciento), Grecia (74 por ciento), Rumania (63 por ciento), Portugal (59 por ciento) y España (50 por ciento). También son estos los países donde los ciudadanos, en tanto consumidores, no se sienten bien infor-

GRÁFICO 3

GRADO DE CONFIANZA EN LAS INSTITUCIONES ANTE RIESGO ALIMENTARIO
(PORCENTAJE ACUMULADO DE RESPUESTAS “MUCHA CONFIANZA” Y “BASTANTE CONFIANZA”)



Pregunta: “Suponga que se entera de un peligro alimentario grave como, por ejemplo, el de las vacas locas. ¿Qué grado de confianza tendría en las siguientes personas o instituciones para informarse sobre este riesgo? ¿Ninguna confianza, alguna confianza, bastante confianza o mucha confianza?”.

Fuente: ENHALI-2012.

mados como consumidores, a pesar de que en la actualidad el impacto de la cobertura de los medios de comunicación es global.

La Encuesta de Hábitos Alimentarios, Seguridad e Innovación (2012) pone de relieve la pérdida de peso simbólico de los actores del sector agroalimentario tradicionales, como los gobiernos, y la mejor valoración de otros actores, como las asociaciones de consumidores. La opinión de los españoles es clara. El gobierno está entre las instituciones que genera mayor desconfianza ante situaciones de riesgo alimentario (gráfico 3). Pero tampoco se confía en los familiares, que no parecen satisfacer la necesidad de referencias solventes cuando se afronta una situación de inseguridad, ni en los fabricantes de alimentos. Los medios de comunicación e Internet todavía generan menos confianza, a tenor de los datos de esta encuesta. Por el contrario, los profesionales sanitarios, los científicos y las asociaciones de consumidores suscitan la mayor confianza a los españoles. Esta mayor confianza en los profesionales y expertos constituye precisamente una de las características de las sociedades modernas (Giddens, 1995).

Ante escenarios de mucha incertidumbre o de alarma, el consumidor busca seguridad en especialistas, autoridades y personas competentes en la materia. Cabe destacar asimismo la elevada confianza en las agencias de seguridad alimentaria, que, aun siendo unos órganos institucionales ligados al gobierno, ofrecen garantías a la ciudadanía. Todo parece indicar que las instituciones que podríamos denominar “especializadas”, aquellas cuyos objetivos son la defensa de los intereses de los consumidores, adquieren protagonismo como referentes de confianza, mientras que las que tienen otros objetivos prioritarios van perdiendo peso.

En general, la imagen que se desprende de los datos presenta a unos consumidores que, ante un problema de riesgo alimentario, se fían principalmente de la comunidad médica y científica, lo que indica una mayor proximidad al mundo profesional y experto que al mundo político. Al primero no se le atribuyen intereses particulares, algo que se da por supuesto en el caso de los segundos. Por otro lado, la difusión del papel de las asociaciones de consumidores, concretamente de sus evaluaciones, su seguimiento y acción en torno al sector alimentario, ha favore-

cido que los consumidores las vean como agentes capaces de hacer frente a las crisis con mayor solvencia que los actores políticos tradicionales.

3. ACTITUDES Y COMPORTAMIENTOS ADOPTADOS POR LOS ESPAÑOLES ANTE UNA SITUACIÓN DE RIESGO ALIMENTARIO

Todo lo anterior pone en evidencia el papel central que la confianza juega en la construcción social del riesgo. Si bien no elimina necesariamente el sentido del riesgo, de consecuencias impredecibles, es una herramienta importante en su mitigación (Heimer, 2001). Visto su vínculo, no es de extrañar que los estudios de sociología de la alimentación publicados durante la última década analicen la confianza en relación con el riesgo (Berg, 2004; Hansen *et al.*, 2003; Siegrist *et al.*, 2000).

En el análisis de las actitudes y reacciones de los ciudadanos respecto a la seguridad alimentaria hay que diferenciar las situaciones de tranquilidad, en las que la inocuidad de los alimentos no se pone en entredicho, de aquellas que suponen un riesgo. Sobre este punto, los españoles

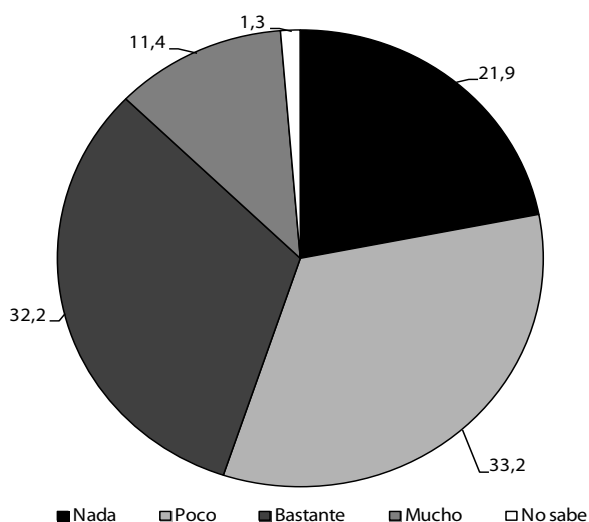
mantienen una posición muy dividida ante la amenaza de un problema de contaminación alimentaria. Algo más de la mitad de la población (55 por ciento) reconoce estar tranquila a este respecto, frente a un 44 por ciento que expresa temor ante tal eventualidad (gráfico 4).

En el análisis del riesgo alimentario es importante conocer las diferencias en los perfiles de la población más preocupada y más tranquila, con el fin de precisar qué factores sociodemográficos influyen en estas posiciones tan nítidamente distintas. Para ello se ha realizado de nuevo un modelo de regresión logística ordinal cuya variable dependiente es el grado de percepción de riesgo alimentario, con los valores "1" (nada preocupado), "2" (poco preocupado), "3" (bastante preocupado) y "4" (muy preocupado). Las variables independientes incorporadas al modelo son las mismas utilizadas en el análisis de la confianza (sexo, edad, tamaño del lugar de residencia, tipo de hogar, nivel de estudios, situación laboral y grado de responsabilidad en la preparación de alimentos).

Según los resultados obtenidos, las personas más intranquilas son las de edades inferiores a 75 años, especialmente aquellas que cuentan entre 41 y 65 años, y las que viven en poblacio-

GRÁFICO 4

PREOCUPACIÓN ANTE LA POSIBILIDAD DE CONTAMINACIÓN ALIMENTARIA (PORCENTAJE)



Pregunta: "¿Está usted nada preocupado, poco, bastante o muy preocupado ante la posibilidad de verse afectado por la contaminación de los alimentos que perjudique la salud?".

Fuente: ENHALI-2012.

CUADRO 2

**PREOCUPACIÓN ANTE EL RIESGO POR CONTAMINACIÓN ALIMENTARIA
(REGRESIÓN LOGÍSTICA ORDINAL)**

SEXO (Cat. residual: Mujer)	-0,034
EDAD (Cat. residual: Más de 75 años)	
De 18 a 30 años	0,785***
De 31 a 40 años	0,887***
De 41 a 55 años	0,900***
De 56 a 65 años	0,816***
De 66 a 75 años	0,494**
TAMAÑO HÁBITAT (Cat. residual: Más de 500.000)	
Hasta 10.000	0,315*
De 10.001 a 100.000 habitantes	0,337**
De 100.001 a 500.000 habitantes	-0,050
TIPO DE HOGAR (Cat. residual: Otros)	
Solo	0,309
Pareja/Cónyuge	-0,305
Pareja/Cónyuge con hijos	0,030
Con hijos	0,258
Con padres	-0,278
Con padre o madre	-0,221
Con amigos	-0,400
NIVEL DE ESTUDIOS (Cat. residual: Universitarios superiores)	
Menos de estudios primarios	-0,203
EGB o ESO	0,077
Bachiller, BUP, COU	-0,004
FP	-0,277
Universitarios medios	0,150
SITUACIÓN LABORAL (Cat. residual: Ama de casa)	
Trabaja	0,186
Parado	0,104
Estudiante	-0,382
Jubilado	0,138
RESPONSABILIDAD COCINAR (Cat. residual: Otras personas)	
Responsable de todo o la mayoría	0,677***
Responsable de más o menos la mitad	0,644***
Responsable de menos de la mitad	0,444**
Número de casos:	1.504

*p< 0,1000 **p< 0,0500 ***p< 0,0100

Pregunta: "¿Está usted nada preocupado, poco, bastante o muy preocupado ante la posibilidad de verse afectado por la contaminación de alimentos que perjudique su salud?".

Fuente: ENHALI-2012.

nes de tamaño medio (hasta 10.000, y de 10.001 a 100.000 habitantes). La responsabilidad en la preparación de alimentos constituye una variable muy significativa: cuanto mayor es la responsabilidad en la gestión alimentaria del hogar, mayor es también la percepción del riesgo alimentario (cuadro 2). Como se puede ver, quienes manifiestan una menor confianza en la alimentación coinciden con quienes expresan una mayor preocupación ante el riesgo de contaminación alimentaria. De esta forma, las personas encargadas de la alimentación del hogar son las más preocupadas. No significa esto que las demás tengan una actitud indiferente, más bien delegan la responsabilidad en estos miembros del hogar.

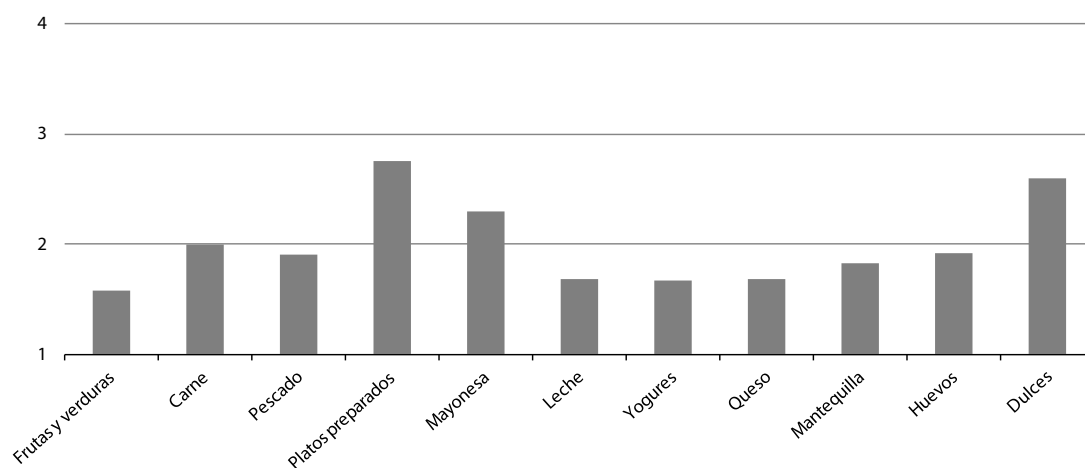
Además de la percepción del riesgo general, también es interesante concretar cuáles son aquellos alimentos que la población considera susceptibles de entrañar algún tipo de riesgo. Los alimentos sujetos a la evaluación de los encuestados han sido los siguientes: fruta/verdura, carne, pescado, platos preparados, mayonesa, leche, yogures, queso, mantequilla, huevos y dulces. Los valores van de "1" (ningún riesgo) a "4" (mucho riesgo). Tal como se observa en el gráfico 5, donde figuran las medias de las puntuaciones otorgadas por los entrevistados, los

alimentos que generan una mayor percepción de riesgo son los productos preparados y los dulces. Les siguen, en orden descendente, la mayonesa, los huevos, el pescado, la mantequilla, la leche, el queso, los yogures y las frutas y verduras.

Pero ¿qué hace la población cuando se enter de un riesgo para la salud asociado a un alimento? Ante esta situación, el 45 por ciento confiesa ignorarlo, y no cambia sus hábitos alimentarios, mientras que el 42 por ciento afirma haber evitado ese alimento por un tiempo. Solo un 8 por ciento se muestra contundente y cambia su comportamiento (cuadro 3). Comparando estos resultados con los publicados por el Eurobarómetro especial sobre riesgos relacionados con los alimentos de 2010, se aprecia que los europeos, en su conjunto, han evitado temporalmente el alimento en cuestión en menor medida que los españoles (la media europea se sitúa en el 31 por ciento, once puntos por debajo de la cifra española); pero también la media de quienes ignoraron el riesgo y no cambiaron sus hábitos es más baja en el conjunto de la Unión Europea que en España: 29 por ciento frente al 45 por ciento. Más significativa es, si cabe, la diferencia en la categoría de las personas que, ante el conocimiento de un riesgo, no cambian de com-

GRÁFICO 5

VALORACIÓN DEL RIESGO DE LOS ALIMENTOS (ESCALA 1 [NINGÚN RIESGO]-4 [MUCHO RIESGO])



Pregunta: "Pensando en su propia salud, por favor, señale el grado de riesgo que para usted tiene cada uno de estos alimentos: ningún riesgo, poco, bastante y mucho riesgo".

Fuente: ENHALI-2012.

CUADRO 3

**REACCIÓN ANTE RIESGO ALIMENTARIO
(PORCENTAJE DE CASOS AFIRMATIVOS)**

Ha evitado el alimento durante cierto tiempo	42,3
Lo ignoró y no cambió de hábitos	45,3
Cambió sus hábitos	8,1
Otra reacción	1,1
No hizo nada	3,2
Total	100

Pregunta: Dígame cómo reaccionó la última vez que escuchó, vio o leyó algo sobre algún tipo de alimento malo para la salud.
Fuente: ENHALI-2012.

portamiento: la media europea (24 por ciento) es ocho veces superior a la española (3 por ciento).

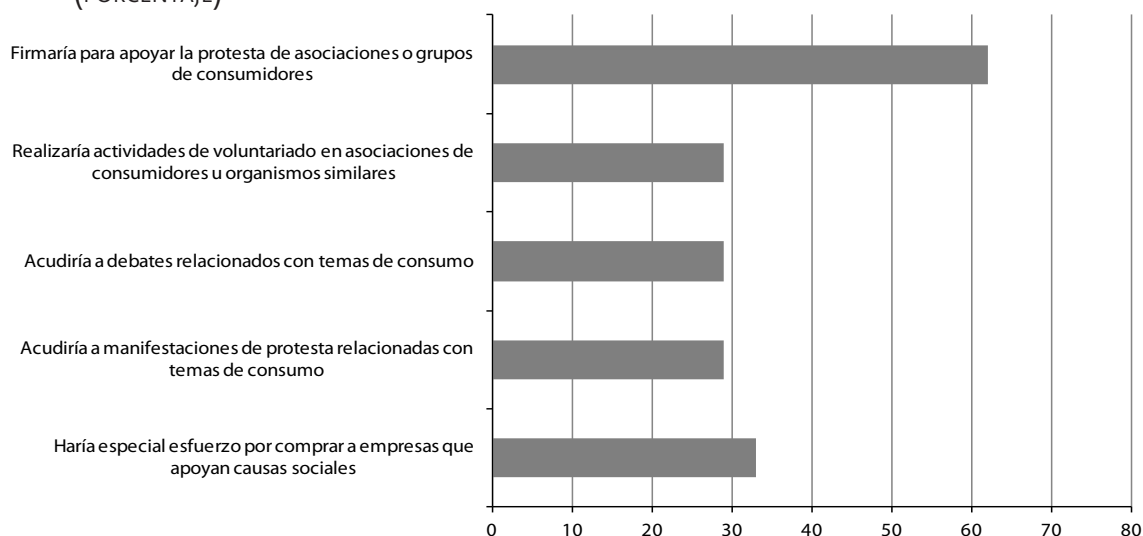
Por tanto, en general, se puede decir que una parte importante de la población se muestra despreocupada ante situaciones de riesgo que puedan afectar a su alimentación cotidiana y parece “delegar la inquietud” en los responsables de la preparación de los alimentos. Los menos confiados son los que tienen un contacto directo con lo que se come, bien a través de la preparación, bien a través de la compra. Quizá el contacto directo con los alimentos procure una experiencia inmediata de su vulnerabilidad

y de la escasa capacidad de control individual del riesgo alimentario, provocando la mayor desconfianza de estas personas.

4. PARTICIPACIÓN CIUDADANA EN CUESTIONES RELATIVAS A LA SEGURIDAD ALIMENTARIA

Hasta ahora se han descrito y analizado las actitudes de los españoles que afectan a su esfera

GRÁFICO 6

**PARTICIPACIÓN SOCIAL RELACIONADA CON LA ALIMENTACIÓN
(PORCENTAJE)**

Pregunta: “Indíquenos si está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones”.
Fuente: ENHALI-2012.

individual. Pero también es relevante conocer si estos ciudadanos, progresivamente más escépticos respecto a las instituciones políticas, estarían dispuestos a movilizarse por asuntos ligados a la alimentación. Las respuestas muestran una sociedad con una mayor tendencia a participar de forma individual que colectiva (gráfico 6).

Por ejemplo, tres de cada cinco personas apoyarían con su firma una protesta de grupos

o asociaciones de consumidores, mientras que menos de tres de cada diez criticarían colectivamente, a través de su participación en manifestaciones, cuestiones relacionadas con el consumo. La edad es una variable significativa, pues a medida que esta aumenta, disminuye la disposición declarada a firmar protestas o manifestarse, así como también a participar en otras acciones colectivas, como las de acudir a un debate o participar como voluntario o voluntaria en asocia-

CUADRO 4

**PARTICIPACIÓN SOCIAL RELACIONADA CON LA ALIMENTACIÓN, SEGÚN SEXO, EDAD, SITUACIÓN LABORAL Y NIVEL EDUCATIVO
(PORCENTAJES DE CASOS AFIRMATIVOS)**

	Haría especial esfuerzo por comprar a empresas que apoyan causas sociales	Acudiría a manifestaciones de protesta relacionadas con temas de consumo	Acudiría a debates relacionados con temas de consumo	Realizaría actividades de voluntariado en asociaciones de consumidores u organismos similares	Firmaría para apoyar la protesta de asociaciones o grupos de consumidores
SEXO					
Varón	28,0	33,3	32,1	29,8	64,1
Mujer	36,3	26,4	26,8	27,9	59,9
EDAD					
18 a 30 años	29,1	39,8	35,2	34,5	74,7
31 a 40 años	33,5	36,2	33,0	32,4	70,3
41 a 55 años	38,6	35,4	34,9	34,0	66,7
56 a 65 años	39,3	29,5	31,3	32,0	65,1
66 a 75 años	32,3	12,4	18,9	19,9	49,3
Más de 75 años	11,6	4,8	4,1	3,4	22,4
SITUACIÓN LABORAL					
Trabaja	35,2	37,1	37,1	34,5	70,2
Parado	30,7	42,7	36,2	33,7	72,9
Estudiante	30,7	33,3	32,5	36,0	76,3
Jubilado	28,8	16,3	18,1	19,5	45,6
Ama de casa	36,9	19,7	21,1	23,3	52,3
NIVEL EDUCATIVO					
No primarios	12,3	9,1	9,7	9,1	27,3
EGB o ESO	37,4	26,8	27,3	28,6	61,3
Bachiller, BUP, COU	35,7	30,0	27,9	31,8	67,5
FP	34,9	34,9	33,1	37,3	72,8
Universitarios medios	36,1	33,7	35,6	32,2	63,9
Universitarios superiores	32,1	35,1	34,7	28,6	65,9

Pregunta: "¿Indíquenos si está de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones".

Fuente: ENHALI-2012.

ciones de consumidores u organismos similares. Aun así, una de cada tres personas se muestra de acuerdo con comprar en empresas que apoyan causas sociales; un porcentaje nada desdeñable que sugiere que en torno a una tercera parte de la población es sensible a cuestiones relativas a la responsabilidad social de las empresas agroalimentarias. Suscriben esta opinión con mayor frecuencia las mujeres que los hombres. Como pauta general, se observa que todas estas actividades están muy condicionadas por la edad: cuanto mayor es esta, menor es la implicación. Asimismo también se aprecian variaciones significativas según el nivel de estudios; a mayor nivel educativo, mayor participación en actividades relacionadas con la seguridad alimentaria (cuadro 4).

Para conocer con mayor profundidad la responsabilidad de los españoles ante el consumo se ha querido saber si han experimentado problemas concretos con algún producto durante los dos últimos años. Han sido pocos los que se han encontrado en esta situación, solo un 11 por ciento. A medida que aumenta la edad, la experiencia de problemas en la compra disminuye, y a medida que se incrementa el nivel de

estudios, crece el número de personas que dicen haber tenido alguna complicación (cuadro 5).

Ante las diferentes alternativas de reclamación existentes, las personas afectadas han optado mayoritariamente por hacerlo verbalmente en el propio establecimiento (64 por ciento) (gráfico 7). No obstante, resulta significativo que uno de cada tres consumidores que se han visto en esta situación haya optado por no hacer nada. En definitiva, a pesar de las opciones disponibles para reclamar, una buena parte de la población española prefiere no hacerlo. Y, cuando han tomado la decisión de actuar, la opción mayoritaria ha consistido en reclamar verbalmente en el propio establecimiento.

Otra forma de medir la responsabilidad ante el consumo es preguntar si se leen o no las etiquetas de los productos. En caso afirmativo cabe hablar de consumidores activos; en caso negativo, de consumidores pasivos. El etiquetado de los productos está sujeto a la normativa europea con el objetivo de informar y proteger, en definitiva, garantizar a los consumidores, sobre todo, su salud, pero también sus intereses. De ahí que en las etiquetas se especifique tanto la compo-

CUADRO 5

EXPERIENCIA DE PROBLEMAS EN LA COMPRA DE ALGÚN PRODUCTO ALIMENTARIO EN LOS DOS ÚLTIMOS AÑOS, SEGÚN EDAD Y NIVEL EDUCATIVO (PORCENTAJE DE CASOS AFIRMATIVOS)

EDAD

De 18 a 30 años	19,0
De 31 a 40 años	17,9
De 41 a 55 años	11,2
De 56 a 65 años	8,7
De 66 a 75 años	6,3
Más de 75 años	1,1

NIVEL EDUCATIVO

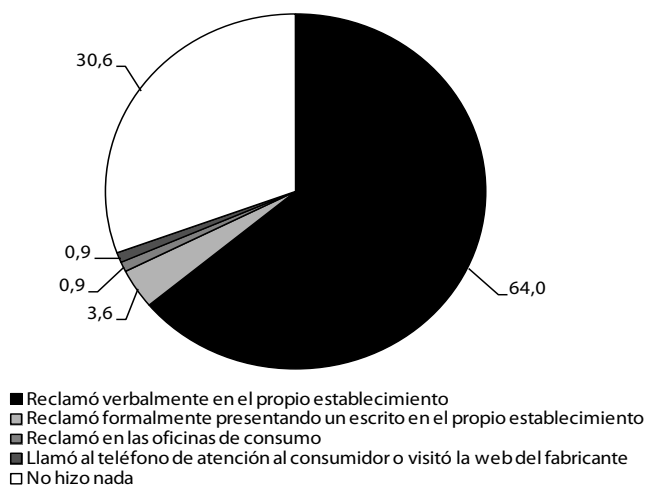
No primarios	3,1
EGB o ESO	6,1
Bachiller, BUP, COU	12,0
FP	12,9
Universitarios medios	15,9
Universitarios superiores	15,3

Pregunta: "¿Ha tenido algún problema con la compra de productos alimentarios en los últimos dos años?"

Fuente: ENHALI-2012.

GRÁFICO 7

REACCIÓN ANTE PROBLEMAS EN LA COMPRA DE ALGÚN ALIMENTO (PORCENTAJE)



Pregunta: “¿Hizo usted algo al respecto de lo que le menciono a continuación?” (pregunta formulada a quienes contestaron que habían experimentado algún problema con la compra de productos alimentarios en los últimos dos años).

Fuente: ENHALI-2012.

sición o la procedencia del producto, como las características peculiares que sirven de información para aquellas personas que precisen de un conocimiento específico para su salud o su estilo

de vida. A este respecto, la encuesta indagó en la información que los consumidores leen en las etiquetas de los productos que compran por primera vez (cuadro 6).

CUADRO 6

INFORMACIÓN QUE SE LEE EN LAS ETIQUETAS DE LOS PRODUCTOS ALIMENTARIOS (PORCENTAJE ACUMULADO DE RESPUESTAS “HABITUALMENTE” Y “SIEMPRE”)

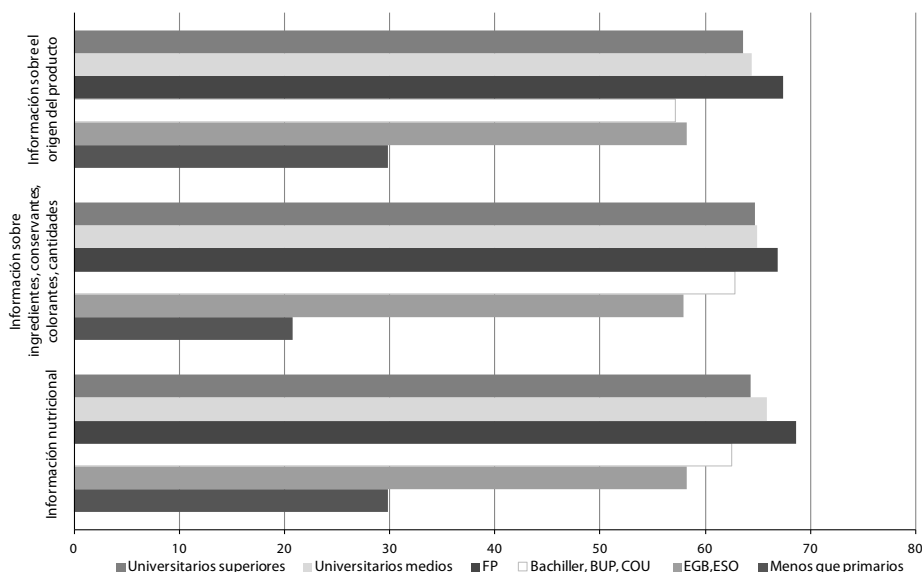
Información nutricional	59,4
Información sobre ingredientes, conservantes, colorantes	59,3
Información sobre calorías y grasas	60,1
Apto para vegetarianos	26,4
Apto para alérgicos	31,0
Información sobre productos modificados genéticamente	31,9
Información sobre el origen del producto	58,1
Información sobre propiedades añadidas	50,7
Información sobre el bienestar animal	30,7
Instrucciones de preparación	51,9

Pregunta: “En productos de alimentación que compra por primera vez ¿con qué frecuencia lee la siguiente información en las etiquetas: nunca, casi nunca, habitualmente o siempre?”.

Fuente: ENHALI-2012.

GRÁFICO 8

INFORMACIÓN QUE SE LEE EN LAS ETIQUETAS, SEGÚN NIVEL EDUCATIVO
(PORCENTAJE ACUMULADO DE RESPUESTAS “HABITUALMENTE” Y “SIEMPRE”)



Pregunta: “En productos de alimentación que compra por primera vez, ¿con qué frecuencia lee la siguiente información en las etiquetas: nunca, casi nunca, habitualmente o siempre?”.

Fuente: ENHALI-2012.

Parece lógico pensar que se lea poco la información para vegetarianos y alérgicos, por tratarse de grupos de personas minoritarios, pero en un nivel similar se encuentra la información acerca del bienestar de los animales (de los que proceden los alimentos) o acerca de los productos modificados genéticamente. Estos dos aspectos han constituido, en los últimos años, motivo de reivindicación de los consumidores, a través de grupos organizados en defensa de los animales y contrarios a la generalización de los transgénicos en los alimentos y en la agricultura. Sin embargo, menos de un tercio de los consumidores se interesa por ambas cuestiones.

La población española muestra, en cambio, más interés por la información relativa a las propiedades del producto, tanto en sus aspectos nutricionales y de composición, como en los relativos al origen. La característica individual que más influye a la hora de buscar esta información es el nivel de estudios. De este modo, a medida que aumenta el nivel formativo de los consumidores, mayor interés manifiestan en consultar este tipo de información nutricional, composi-

ción u origen del producto (gráfico 8). Se podría decir que los españoles apuntan cierta tendencia al consumo sostenible, aunque en estos momentos sus intereses se centran más en aspectos directamente vinculados a la confianza del producto en términos de salud y calidad.

En resumen, por lo que hace a la participación ciudadana en cuestiones de seguridad alimentaria, constituyen una gran mayoría los españoles que estarían dispuestos a firmar iniciativas de apoyo a asociaciones o grupos de consumidores. Asimismo, reaccionan ante compras problemáticas de alimentos reclamando verbalmente y examinan las etiquetas con algún detalle, sobre todo si cuentan con un nivel educativo elevado. Ante la pregunta que se formulaba al inicio de este artículo sobre si los consumidores españoles son apáticos y poco participativos ante temas alimentarios o no, cabe afirmar que, si bien su participación social no es muy activa, no se muestran indiferentes ni faltos de compromiso. La comida se cuida, se piensa, y los consumidores responden con la compra.

5. CONCLUSIONES

En las últimas décadas, el conocimiento de crisis alimentarias que han provocado víctimas y se han extendido a varios países han funcionado como detonantes del aumento del interés y de la preocupación de los consumidores acerca de lo que comen. A partir de estas crisis, las acciones de los gobiernos y las agencias encargadas de velar por la seguridad alimentaria de la ciudadanía han extremado el control sobre lo que se produce y se vende, con el objetivo de crear un clima de confianza, tanto en los alimentos como en los establecimientos en los que se realizan las compras. Si a esto añadimos la escasa relevancia de problemas con los productos adquiridos, se puede afirmar que el contexto en el que se enmarcan las decisiones de adquisición de los alimentos es fiable para los consumidores.

Las personas implicadas directamente en la alimentación cotidiana (es decir, quienes compran y cocinan habitualmente) se muestran más preocupadas por la seguridad y los riesgos. Esto no significa que los demás mantengan una actitud indiferente, sino, más bien, que delegan la responsabilidad en estos miembros del hogar. Pero ante situaciones de riesgo, se recurre a instituciones en busca de seguridad. Curiosamente, más que los agentes vinculados al sector agroalimentario, contribuyen a generar confianza los profesionales del ámbito de la salud y de la ciencia, en cuya credibilidad se apoyan los ciudadanos buscando orientaciones de comportamiento en situaciones de inestabilidad o crisis. También aportan confianza los agentes especializados en la defensa de los consumidores, tanto las asociaciones que los protegen como las agencias de seguridad alimentaria, instituciones encargadas del control de la calidad y salubridad de los alimentos y los establecimientos en los que se ofrecen.

Ciertamente, los ciudadanos españoles no han actualizado una respuesta participativa fuerte en cuestiones relacionadas con la alimentación; aun así, parece existir un potencial de participación notable a la luz de las respuestas sobre lo que estarían dispuestos a hacer: una gran mayoría se imagina firmando iniciativas de protestas de asociaciones o grupos de consumidores, casi un tercio declara su inclinación a comprar en empresas que apoyen causas sociales, y una

proporción similar acudiría a manifestaciones de protesta o a debates, incluso realizaría actividades de voluntariado en asociaciones de consumidores u organismos similares.

En definitiva, los datos no dibujan un cuadro de falta de responsabilidad. Antes bien, sugieren, por un lado, que los españoles confían en el entorno alimentario en el que resuelven sus necesidades: en los alimentos y en los puntos de compra; por otro lado, indican que, ante situaciones específicas de riesgo, las afrontan con preocupación quienes tienen responsabilidades alimentarias, mientras que el resto parece delegar en ellas, no solo las decisiones, sino también la preocupación e inquietud. Además, los ciudadanos coinciden en identificar a los expertos, es decir quienes cuentan con los conocimientos científicos y técnicos sobre la alimentación, como los referentes de fiabilidad. Pueden parecer poco activos en sus conductas, pero no son indiferentes ante la gestión de la seguridad alimentaria y los problemas que puede generar.

BIBLIOGRAFÍA

BERG, L. (2004), "Trust in food in the age of the mad cow disease: A comparative study of consumers' evaluation of food safety in Belgium, Britain and Norway", *Appetite*, 42: 21-32.

BERG, L.; KJAERNES, U.; GANSKAU, E.; MININA, V.; VOLTCHKOVA, L.; HALKIER, B. y L. HOM (2005), "Trust in food safety in Russia, Denmark and Norway", *European Societies*, 7(1): 103-129.

CÁCERES, J. (2002), "Riesgo alimentario y consumo", en: GRACIA ARNAIZ, M. I., *Somos lo que comemos. Estudios de alimentación y cultura en España*, Barcelona, Ariel: 317-348.

CALLEJO GALLEGO, J. (2005), "Seguridad alimentaria y confianza del consumidor", en: DÍAZ MÉNDEZ, C. (Coord.), *¿Cómo comemos? Cambios en los comportamientos alimentarios de los españoles*, Madrid, Fundamentos: 181-222.

DÍAZ-MÉNDEZ, C. (coord.) (2013), *Hábitos alimentarios de los españoles*, Madrid, Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

EUROBAROMETER (2010), *Special Eurobarometer 354. Food-related risks*, European Commission.

FAO/OMS (2006), *Análisis de riesgos relativos a la inocuidad de los alimentos. Guía para las autoridades nacionales de inocuidad de los alimentos*, Roma, FAO/OMS (<http://www.fao.org/docrep/010/a0822s/a0822s00.htm>).

FREUDENBURG, W. R (1993), "Risk and recreancy: Weber, the division of labor, and the rationality of risk perceptions", *Journal of Social Issues*, 71(4): 909-932.

GIDDENS, A. (1995), *Modernidad e identidad del yo*, Barcelona, Península.

HALKIER, B. y L. HOLM (2006), "Shifting responsibilities for food safety in Europe: An introduction", *Appetite*, 47(2): 127-133.

HANSEN, J.; HOLM, L.; FREWER, L.; ROBINSON, P. y P. SANDOE (2003), "Beyond the knowledge deficit: Recent research into lay and expert attitudes to food risks", *Appetite*, 41(2): 111-121.

HEIMER, C.A. (2001), "Solving the problem of trust" en: COOK, K.S. (ed.), *Trust in Society*, Nueva York, Russell Sage Foundation.

HENSON, S. y J. CASWELL (1999), "Food safety regulation: An overview of contemporary issues", *Food Policy*, 24: 589-603.

JUNGERMANN, H.; PFISTER, H.R. y K. FISCHER (1996), "Credibility, information preferences, and information interests", *Risk Analysis*, 16 (2): 251-261.

KJAERNES, H.; HARVEY, M. y A. WARDE (2013), *Trust in Food. A Comparative and Institutional Analysis*, Londres, Palgrave Macmillan.

MAJONE, G. (1999), "The regulatory state and its legitimacy problems", *West European Politics*, 22: 1-24.

SIEGRIST, M.; G.T. CVETKOVICH y C. ROTH (2000), "Salient value similarity, social trust, and risk/benefit perception", *Risk Analysis*, 20(3): 353-362.

SONDERSKOV, K.M. y C. DAUGBJERG, C. (2010), "The state and consumer confidence in eco-labeling: Organic labeling in Denmark, Sweden, the United Kingdom and the United States", *Agriculture and Human Values*, 28: 507-517.

La crisis mundial de alimentos: un problema estratégico de la política internacional con perdedores y ganadores

KATTYA CASCANTE*

RESUMEN

En 2007-2008, antes de que la crisis económico-financiera manifestara sus aspectos más duros en gran parte de los países desarrollados, el precio de los alimentos en los mercados internacionales experimentó un extraordinario aumento, desencadenando una nueva crisis alimentaria. Las causas de esa brusca inflación fueron varias, destacando entre ellas las repercusiones de un nuevo aumento del precio del petróleo (con el consiguiente ascenso de los precios de los fertilizantes y los transportes necesarios para la agricultura), la competencia ascendente entre cultivos para la alimentación directa, el ganado y la generación de energía alternativa, y la excesiva dependencia de las exportaciones de alimentos de algunos países en desarrollo, coincidiendo en algunos casos con una mejora de la dieta y una mayor ingesta de calorías por parte de sus habitantes. Pero al aumento de los precios de los alimentos también contribuyeron los comportamientos de grandes empresas multinacionales, especuladores e intermediarios financieros. Desde que se desencadenara la crisis alimentaria de 2007-2008, los precios de los alimentos han permanecido elevados y volátiles, mientras que los problemas que la causaron siguen, en buena medida, irresueltos.

1. EL PROBLEMA DE LA SEGURIDAD ALIMENTARIA

Según señala el último informe anual publicado por la Organización de las Naciones

* Fundación Alternativas, Panel de Cooperación Internacional y Desarrollo (kcascante@falternativas.org).

Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), el concepto de “seguridad alimentaria” es complejo y multidimensional, incluyendo aspectos que trascienden la noción de “subalimentación”, como son la disponibilidad de alimentos, el acceso físico y económico a ellos en cantidad suficiente, su utilización adecuada para mantener una vida sana y activa, y su estabilidad a lo largo del tiempo (FAO, 2013). Nunca en la historia de la humanidad se han podido garantizar en todo el mundo estas dimensiones de la seguridad alimentaria. En nuestros días seguimos encontrándonos muy lejos de ese objetivo. Una sola cifra basta para evidenciarlo: entre 2011 y 2013, cerca de 850 millones de personas padecieron hambre crónica en el mundo. Más del 80 por ciento de la subalimentación (o insuficiencia de suministro de energía alimentaria) se concentra en el África subsahariana y en Asia meridional y oriental, lo cual pone claramente de manifiesto el desigual acceso de la población mundial a los alimentos.

Mientras una octava parte de los habitantes del mundo sufre hambre, se desperdician más de mil millones de toneladas de comida anuales (Pascoe y Vivero, 2008; FAO, 2011). La cantidad de alimentos que se pierde o desperdicia cada año equivale a más de la mitad de la cosecha mundial de cereales. Se ha estimado que los países industrializados y los países en desarrollo dilapidan más o menos la misma cantidad de alimentos, si bien la población residente en estos últimos es mucho mayor. Por ejemplo, mientras el desperdicio per cápita en el África subsahariana, en Asia meridional y el Sudeste asiático se sitúa

entre 6 y 11 kilogramos por persona y año, en Europa y Norteamérica ronda los 100 kilogramos. Cada año, los consumidores en los países ricos desechan prácticamente la misma cantidad de alimentos que la totalidad de la producción alimentaria neta del África subsahariana (en torno a 230 millones de toneladas).

Paradójicamente, la desnutrición y la obesidad constituyen causas de mortalidad en distintas regiones del mundo. Mientras casi uno de cada seis niños menores de cinco años en el mundo registra deficiencia de peso, y uno de cada cuatro sufre desnutrición (retraso del crecimiento), en torno a un 7 por ciento tiene sobrepeso (ONU, 2013).

Este desigual acceso a la alimentación y a la riqueza del planeta (se ha estimado que poco más de un 3 por ciento de esta última se halla en manos del 70 por ciento de la población mundial) configura el contexto de la última gran crisis alimentaria, que tuvo como desencadenante ostensible la enorme subida de los precios de los alimentos en 2007. La crisis no se debió tanto a la escasez de productos alimentarios, sino a la incapacidad del sistema para alimentar adecuadamente a todas las personas del mundo. Entre otras realidades, la crisis mostró que las distintas organizaciones internacionales dedicadas al análisis y a la gestión del problema de la alimentación mundial carecen de la influencia suficiente para establecer con los gobiernos y con los agentes económicos que intervienen en los mercados de la alimentación acuerdos y compromisos favorables a la consecución de la seguridad alimentaria global.

2. LA CRISIS DE 2007-2008 Y LAS CAUSAS DE LA SUBIDA DE PRECIOS DE LOS ALIMENTOS

Aun cuando el insuficiente acceso a los alimentos constituye un problema endémico en muchos países, entre 2007 y 2008 se produjo un fuerte aumento de los precios de estos productos que agravó este problema, hasta el punto de merecer la calificación de crisis alimentaria. La crisis afectó principalmente a una larga treintena de países, más de la mitad de ellos, africanos.

¿Por qué subieron intensa y súbitamente los precios de los alimentos en 2007, prolon-

gándose la inflación en 2008? La respuesta más común alude al aumento del precio del petróleo (en 2008, el crudo se acercó a los 140 dólares por barril), que alteró la oferta energética, elevando el coste de producción de los alimentos básicos (fundamentalmente, por la subida de los fertilizantes)¹ y también de su distribución.

Ahora bien, la explicación del fenómeno requiere introducir más factores. Entre ellos, hay que referirse al aumento de la demanda de alimentos como consecuencia del crecimiento demográfico y de los cambios en los patrones alimentarios. En efecto, el aumento de la población mundial ha sido extraordinario desde la mitad del siglo pasado. En 1950 se contabilizaban 2.500 millones de personas en el mundo; en 2013, la cifra se situaba en 7.200 millones (ONU, 2013). Por otra parte, el incremento del nivel de renta per cápita en algunos países muy poblados ha provocado un mayor consumo de alimentos, en particular, de azúcar, carnes y lácteos².

Esta fuerte presión de la demanda sobre los alimentos no ha llevado consigo un incremento suficiente de la oferta. Y ello, entre otras razones, porque una parte importante de la tierra cultivable y de otros recursos necesarios para el cultivo agrícola se ha dedicado a la producción de agrocombustibles. Considerados en algunos círculos como la mejor alternativa al petróleo y la solución al calentamiento global, los biocombustibles adquirieron a principios de este siglo un considerable atractivo. Es preciso matizar que, según se cultiven, procesen y comercialicen, tienen distintas implicaciones y provocan diferentes impactos. Así, cabe distinguir entre los agrocombustibles de primera generación, es decir, aquellos que se producen a partir de cultivos alimentarios, y los de segunda generación, para cuya producción se utiliza la materia orgánica procedente de desechos. Sin embargo, los que nos ocupan –los más extendidos en la oferta energética– pertenecen al primer grupo: el biodiesel procede de semillas oleaginosas (colza, soja y linaza), del girasol o del coco; y el etanol, de la caña de azúcar, el maíz, el trigo, las patatas, el

¹ La importancia del coste de los fertilizantes es crucial. Se calcula, por ejemplo, que su precio contribuye en más de una cuarta parte al coste total de la producción de grano en los Estados Unidos, país que produce aproximadamente el 40 por ciento de las exportaciones mundiales de grano (Smith y Edwards, 2008).

² Por ejemplo, la cantidad de carne consumida por el consumidor medio chino aumentó de 20 kilos anuales en 1985, a 50 kilos en 2008 (Smith y Edwards, 2008).

sorgo, la mandioca y remolacha. La oferta de estos productos se fue incrementado a lo largo de la primera década de este siglo con las cuotas que tanto los Estados Unidos como la Unión Europea fueron fijando, así como también con la concesión de subsidios. De hecho, se ha calculado que la concesión, entre 2000 y 2007, de aproximadamente 10.000 millones de dólares en subsidios a los agrocarburos (siete décimas partes de los Estados Unidos, y el resto, de la Unión Europea) contribuyó a que su producción se triplicara (Swiss National Center of Competence in Research, 2008).

Si bien el aumento de cultivos para la producción de agrocarburos no conlleva necesariamente desplazamientos masivos de cultivos alimentarios, se calcula que la mitad del incremento que se ha producido en los primeros años del siglo XXI en el área cultivada de todo el mundo se ha debido a ese tipo de producción (Trostle, 2008). Asimismo, se ha producido un aumento de las áreas cultivables a costa de zonas forestales. Aunque todavía no se puede determinar el coste de oportunidad que esta práctica supone, las tensiones surgidas en Brasil por las hectáreas enajenadas a la Selva Amazónica para el cultivo de caña de azúcar y granos transgénicos dan una idea del impacto y la gravedad de este fenómeno³.

A la hora de explicar la insuficiencia de la oferta alimentaria, a la expansión de la agricultura dedicada a la producción de biocombustibles hay que añadir los problemas medioambientales, muchos de ellos asociados al "cambio climático". La escasez de recursos como el agua y la tierra de cultivo, unida a las dificultades para responder a las eventualidades climáticas (seguros, posibilidad de regadíos, fertilizantes, etc.), han agudizado los problemas de producción agrícola. Según la FAO (2008), en 2007, 197 millones de personas sufrieron los efectos de fenómenos meteorológicos extremos, en particular, inundaciones; la mayoría de estos desastres sucedieron en los países más empobrecidos, dependientes en mayor medida de las actividades agrícolas, pesqueras y forestales. En los países muy dependientes de la producción agrícola, que a menudo soportan un mayor aumento de las temperaturas, aumenta el riesgo de pasar hambre y, por tanto, también la inseguridad alimentaria.

³ La popular ministra de Medio Ambiente brasileña, Marina Silva, dimitió en mayo de 2008 precisamente por disentir del Presidente Lula con respecto a la cesión de hectáreas amazónicas para el cultivo de agrocarburos.

Con todo, el problema no estriba tanto en la cantidad total de alimentos producidos en el mundo, sino en la corta producción que consiguen algunos países, que, además, tienen dificultades para garantizar a toda su población el acceso a alimentos de otro origen. Esa escasa producción nacional no puede desvincularse de la limitada, y en muchos casos decreciente, inversión en agricultura. Desde los años ochenta, y debido al bajo rendimiento económico de la agricultura con respecto a otros sectores, la inversión en este sector cayó estrepitosamente. Por una parte, el descenso de los precios internacionales de los productos básicos provocó una menor rentabilidad de la agricultura en los países en desarrollo. Por otra, el retraimiento de la intervención de los Estados en el sector agrícola de sus economías, parcialmente promovido por los programas de ajuste estructural del Fondo Monetario Internacional en los años ochenta y la política comercial impulsada por las economías occidentales, favorecieron la reducción de la actividad agrícola en esos países. Sin posibilidades de competir en los mercados internacionales, la agricultura fue paulatinamente debilitándose respecto a otros sectores económicos, con la complicidad de los propios Estados de los países en desarrollo. El Informe de Desarrollo del Banco Mundial de 2008 indicaba que el gasto público en los catorce países del mundo cuyas economías se basan en la agricultura (doce de ellos, del África subsahariana) no alcanzaba el 4 por ciento del total; un porcentaje muy bajo, comparado con el 10 por ciento que en los años ochenta llegaron a invertir en agricultura los países que lograron alcanzar importantes niveles de desarrollo (Banco Mundial, 2008a).

Por otra parte, la Ayuda Oficial al Desarrollo (AOD) también redujo sustantivamente el apoyo a la agricultura: si en 1979 se dedicaba a este fin el 18 por ciento del total de recursos, en 2004 no llegaban al 4 por ciento (téngase en cuenta que, durante ese mismo periodo, la AOD total creció aproximadamente un 250 por ciento). Los alrededores de 8.000 millones de dólares que se destinaban a agricultura a través de la AOD a principios de los años ochenta se quedaron, veinte años más tarde, en menos de 3.500 millones. La AOD a la agricultura en África se encontraba al principio de la crisis alimentaria al mismo nivel de 1975, con un aporte de 1.200 millones de dólares para todo el continente (Banco Mundial, 2008b). No extraña que esta reducción del apoyo a la agricultura coincidiera temporalmente con el mayor

incremento de la pobreza rural en esta región del mundo.

Pero además de la falta de inversión, la agricultura de los países más empobrecidos se ha encontrado con la barrera de la comercialización. La pérdida de apoyo público al sector ha supuesto la desvinculación de los países en desarrollo de los mercados alimentarios. Por un lado, la existencia de impuestos a la exportación en algunos países productores, como Argentina, China, India, Rusia, Ucrania y Vietnam, ha contribuido en poco tiempo a la contracción de la oferta global de alimentos. Con todo, los países en desarrollo imponen menos gravámenes a los productos agrícolas exportables que los países desarrollados. Lo cierto es que la política comercial de la Unión Europea y de los Estados Unidos ha reducido los incentivos de los productores de los países en desarrollo para competir en los mercados internacionales. Los aranceles y las cuotas a la importación protegen a los productores nacionales de la competencia internacional, induciendo una mayor producción local de la que resultaría si rigiera el mecanismo de los precios de mercado. En este sentido, cabe recordar que el arancel promedio aplicado por la Unión Europea es de un 16 por ciento en agricultura y alimentos procesados, mientras que en otros sectores, como el textil, asciende a un 7,5 por ciento y, en productos manufacturados, no llega al 1,5 por ciento.

Lejos de mejorar, esta situación puede empeorar en el futuro próximo. Efectivamente, la crisis económica-financiera de los últimos años no favorece políticas comerciales que generen la apertura de los mercados y la reducción de los subsidios en los países más desarrollados. Todo apunta a que las posturas proteccionistas pueden ganar terreno en numerosos países; de hecho, la protección del empleo local en el sector agrícola y la reducción del gasto en la AOD (en general, y también en particular para el sector agrícola) ya han cobrado forma como respuestas a la crisis.

Ciertamente, este problema del comercio mundial se ha reconocido desde hace años en múltiples instancias. Así, el Acuerdo de Doha, en 2001, se refirió a la necesidad de establecer “un sistema de intercambio comercial internacional justo y orientado al mercado” a través de una “reducción progresiva sustancial de la protección y apoyo a la agricultura”. Por su parte, la Comisión Europea declaró en 2005, en el marco del Con-

senso Europeo sobre Desarrollo, su propósito de “conseguir una Política Agraria Común (PAC) reformada, como mecanismo que permita reducir el grado de distorsión comercial relacionada con sus medidas de apoyo al sector agrario y facilitar el desarrollo agrícola de los países en desarrollo”⁴. Sin embargo, estas proclamas no se acompañan de la voluntad política necesaria para intentar hacerlas efectivas. Las decisiones económicas y políticas que se han adoptado desde entonces no se hallan encaminadas de manera clara a mejorar el acceso a los mercados o a recortar los subsidios para los productores locales.

En definitiva, el comercio internacional agrícola ha potenciado, y sigue sosteniendo, un sistema que en muchos países hace más accesible el consumo de alimentos importados que los de producción propia. Como consecuencia, en la Selva Amazónica resulta más factible comer pasta que otros alimentos derivados de sus propios cultivos y constituyentes de sus dietas tradicionales, y lo mismo ocurre en el África subsahariana con el arroz. Mientras tanto, un país históricamente conocido por sus copiosas cosechas, como es Egipto, importa más de un tercio de los alimentos que consume su población.

El desarrollo del sector agrícola en estos países más dependientes de las importaciones de alimentos, además de contribuir a la reducción de la pobreza en zonas rurales, adquiriría un papel clave en la provisión de bienestar social general. Por una parte, aumentaría el volumen y la estabilidad del suministro de alimentos, manteniendo precios asequibles, y, por otra, permitiría a los agricultores más pobres beneficiarse de la creación de puestos de trabajo, generando también empleos indirectos en otros sectores y contribuyendo a estimular el crecimiento económico del país (Cascante, 2011a y 2011b). En todo caso, es importante que las autoridades locales prioricen los cultivos para la población, en lugar de impulsar, como han hecho a menudo, los cultivos de exportación, con el fin de obtener divisas con las que comprar productos en el extranjero y hacer frente a sus obligaciones de deuda.

Los argumentos y datos expuestos en este apartado evidencian que el modelo vigente de

⁴ Véanse los documentos: Declaración ministerial de la OMC (Doha, 2001) (http://www.wto.org/spanish/thewto_s/minist_s/min01_s/mindecl_s.htm) y “El Consenso Europeo sobre el Desarrollo” (Diario Oficial de la Unión Europea 24-02-2006, C46/1).

mercado alimentario ha creado extraordinarias desigualdades de seguridad alimentaria en el mundo. Estimulado por el avance de las ideas económicas que encontraron su articulación más acabada en el denominado Consenso de Washington (1989), no cabe razonablemente esperar que el mantenimiento de este modelo pueda conducir a lograr efectivamente el primer Objetivo de Desarrollo del Milenio, erradicar la pobreza extrema y el hambre en el mundo.

3. LOS PERDEDORES DE LA CRISIS ALIMENTARIA

Centrando el foco de atención en los efectos de la reciente crisis económico-financiera en los países industrializados, nos hemos olvidado a menudo de la gravedad de sus consecuencias sobre los países más empobrecidos. Efectivamente, mientras el nerviosismo de los inversores provocaba la huida de los capitales financieros de los mercados periféricos para posicionarse en los centrales, el desplome de las divisas y de las bolsas periféricas recrudeció la situación de pobreza que ya padecían los países de bajos ingresos y déficit alimentario. Por otra parte, la subida de los precios afectó particularmente a los países más dependientes de las importaciones de alimentos. A pesar de que la mayor variación de precios se produjo sobre productos como el maíz, la patata, el arroz y el trigo, otros de consumo básico, como el frijol, el mijo, el plátano y la yuca también alcanzaron precios desorbitados. La escasez de la oferta impulsó incluso los precios de los mercados locales por encima de los precios internacionales (Headey y Fan, 2010). Por lo demás, las circunstancias específicas del continente africano (sequías, inestabilidad política y debilidad fiscal) agravaron las consecuencias de la fuerte subida de los precios de los alimentos.

No es fácil ofrecer una estimación global del impacto de la crisis alimentaria en la pobreza y malnutrición. Las respuestas de los países desarrollados fueron variadas⁵. En general, se puede afirmar que los países productores respondieron favorablemente al aumento de los precios de los alimentos en 2007-2008. Por ejemplo, China e India incrementaron el gasto público dedicado a la agroalimentación entre un 20 y un 30 por

⁵ Sobre la reacción de España ante la crisis alimentaria mundial, véase Cascante y Sánchez (2008a).

ciento en 2008; lograron así elevar, sobre todo, la producción de maíz y de trigo, y, en menor medida, de arroz. En África, países como Mali y Etiopía ampliaron su producción de maíz en más de un 50 por ciento, y Nigeria aumentó la de arroz en un 18 por ciento, y la de maíz, en más de un 30 por ciento. Esta política se articuló, en gran medida, a través de los subsidios a los fertilizantes. Sin embargo, los beneficios que los agricultores locales podrían haber esperado del aumento de la producción agrícola fueron prácticamente absorbidos por el encarecimiento del transporte y otros insumos.

Pero, hasta ahora, el principal efecto de la crisis alimentaria se ha hecho evidente en la propia población, en los consumidores. El impacto de la subida de precios de los alimentos adquirió rigor en los sectores de la población urbana cuya capacidad de alimentarse ya era muy limitada debido a sus bajos ingresos, así como también entre la población rural no agrícola o con acceso limitado a la propiedad de las tierras. El efecto negativo de la crisis todavía se intensificó en los países en los que la escasez de formación de la población limita la movilidad y el acceso a otros sectores generadores de ingresos. Además, los programas de protección pública de estos países ayudan particularmente a aquellos ciudadanos que se encuentran dentro del sistema de empleo formal o semi-formal, excluyendo a muchas mujeres, ocupadas en el sector agrícola.

En muchos países, el empeoramiento de la situación en el campo provocó la emigración interior, a las ciudades, y la exterior, hacia otros países (Brown, 2008)⁶. Esos movimientos de población, a su vez, socavaron más la capacidad productiva de las explotaciones tradicionales, acentuando la necesidad de importar alimentos.

4. LOS GANADORES DE LA CRISIS ALIMENTARIA

Las respuestas de las instituciones reguladoras a las crisis alimentarias de 1974 y de

⁶ En la actualidad, se calcula que la cifra de emigrantes internacionales en el mundo supera los 200 millones, pero se prevé que crezca significativamente en las próximas décadas. En 1990, el Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático (IPCC) estimó en 200 millones adicionales los desplazamientos previstos hacia la mitad de este siglo, como consecuencia "de la erosión de la línea costera, de las inundaciones del litoral y de los estragos en la agricultura" (Brown, 2008).

2007-2008 no han incluido el establecimiento de límites a la posición predominante en los mercados internacionales de los grandes exportadores de alimentos ni a los grandes beneficios privados derivados del comercio internacional. En general, las subidas de los precios de los alimentos han beneficiado a tres grandes actores, que cabe considerar los ganadores de la crisis: los cuasimonopolios del agronegocio, los centros de especulación mundial y los intermediarios financieros (IFPRI, 2008; World Development Movement, 2010; Vargas y Chantry, 2011; Cascante, 2011a).

En primer lugar, hay que señalar que la agricultura mundial se halla bajo el predominio de un reducido grupo de empresas que controlan mayoritariamente la producción y el comercio de granos y de semillas transgénicas. Por poner algunos ejemplos, solo seis compañías manejan el 85 por ciento del comercio mundial de granos; tres controlan más del 80 por ciento del cacao; y otras tres, la misma proporción del comercio de plátanos. Son estas empresas las que, en última instancia, deciden qué parte de la cosecha de cada año va a la producción de etanol, edulcorantes, alimento para animales o alimentos para seres humanos. El aumento de los beneficios del grueso de estas empresas osciló entre un 20 y un 75 por ciento en 2007, el año en el que más duramente se sintió la crisis alimentaria.

Junto a las grandes empresas, hay que contar entre los beneficiarios de la crisis a los grandes centros de la especulación mundial. En los últimos nueve meses de 2007, el volumen de capitales invertidos en los mercados agrícolas se quintuplicó en la Unión Europea y se septuplicó en los Estados Unidos (Baillard, 2008). En 2008, el 60 por ciento de las cosechas de trigo y otros cereales estaban bajo el control de fondos de inversión especuladores. Por ejemplo, el grupo norteamericano de la Bolsa Mercantil de Chicago (CME), el mayor mercado de derivados de materias primas del mundo, triplicó su volumen (hasta 300.0000 millones de dólares) en el año 2007. Como es sabido, el grupo ofrece una amplia gama de productos financieros (futuros y opciones sobre la base de las tasas de interés, índices bursátiles, divisas, energía, productos agrícolas, metales, tiempo y bienes raíces) y reúne a compradores y vendedores de todo el mundo, destacando los bancos de inversión, con gran capacidad para imponer los precios que se pagan por diversos productos en el comercio internacional.

Por último, la crisis alimentaria también reportó considerables ganancias a los intermediarios financieros. Si bien en un primer momento parecieron los más afectados, debido a la quiebra de algunas de las grandes instituciones financieras del mundo desarrollado, la mayoría ha recuperado su posición predominante (una parte de ellos, tras un saneamiento mediante rescates económicos y nacionalizaciones con cargo a los contribuyentes). Estos intermediarios pueden clasificarse en tres categorías: los intermediarios de derivados, los fondos que siguen a materias primas y los *hedge funds*. En general, estos agentes financieros sacan provecho del tenso ajuste entre la oferta y la demanda de alimentos en el mundo. Lamentablemente, no son raros los casos en los que mediante un instrumento financiero de inversión se han comprado toneladas de un producto alimentario, disparando su precio hasta máximos, para después acumular toneladas del bien, esperando que su escasez empuje al alza los precios.

La débil regulación existente en materia de especulación financiera de las materias primas todavía se hace más frágil en territorios donde resulta imposible averiguar el movimiento de los flujos de capitales. En algunos casos, las empresas multinacionales, los inversores y las instituciones financieras implantan su domicilio fiscal en los denominados centros *offshore*⁷, que han generado su propia política de firma de contratos, conforme a la cual aplican reducciones fiscales a empresas y particulares, y ofrecen arreglos financieros para evitar algunos reglamentos nacionales y crear conductos específicos de gestión de determinados activos (Le Moign, 2011).

5. REFLEXIÓN FINAL

Nada nuevo hay en los perfiles de quienes pierden y ganan con la crisis de la subida de los precios de los alimentos. Los perdedores se han visto abocados a una mayor vulnerabilidad; los ganadores, en la mayoría de los casos, han mejorado notablemente sus beneficios económicos y su posición de control de los mercados. Pero la crisis alimentaria de 2007-2008 y sus graves consecuencias humanitarias, al poner de relieve con

⁷ Abarca países y entidades territoriales cuya soberanía específica permite operaciones bancarias no sujetas a control fiscal.

total crudeza la falta de mecanismos efectivos para asegurar un suministro estable para todos los habitantes del mundo, han propiciado, en algunos ámbitos, un cambio de la percepción y la sensibilidad social respecto a la agricultura, los alimentos y las poblaciones que padecen hambre. Un factor impulsor de ese cambio es el movimiento activista en pro de la “soberanía alimentaria”, definida como “el derecho de los pueblos a alimentos nutritivos y culturalmente adecuados, accesibles, producidos de forma sostenible y ecológica, y su derecho a decidir su propio sistema alimentario y productivo”⁸. Pero no es el único. En todo caso, la mayor concienciación social sobre el problema constituye una condición favorable al avance del concepto de “ciudadanía alimentaria”⁹.

Es importante tener en cuenta que las crisis alimentarias, como la de 2007-2008, no son simplemente episodios históricos, sino riesgos actuales. La novena edición del informe *Global Risks*, editado por el Foro Económico Mundial, coloca las crisis alimentarias entre los diez riesgos globales más preocupantes y señala acertadamente la interconexión entre todos ellos, llamando así la atención sobre el riesgo de crisis sistémica (World Economic Forum, 2013). La vivencia de los estragos causados por la actual crisis económico-financiera internacional podría representar una oportunidad para revisar el modelo de desarrollo y la arquitectura institucional del sistema global de agricultura y alimentación, así como también el *modus operandi* de la cooperación al desarrollo en la lucha contra el hambre.

Es una evidencia palmaria que el hambre en el mundo no representa solo un problema humanitario, sino también estratégico, que afecta a la estabilidad de los gobiernos de todos los países. Las fuertes protestas que en 2008 se produjeron en México, Bengala Occidental, Mauritania o Senegal son solo un ejemplo de las perturbaciones sociales que puede desencadenar la falta de acceso a alimentos básicos. Hace ya algo más de un siglo, el Nobel de Literatura Anatole France (2014 [1891]) escribía que las pasiones humanas no son numerosas, y destacaba entre ellas el hambre y el amor como las que dirigen el mundo. Dejar que avance la primera es éticamente inaceptable y comporta

⁸ Así fue definido en la Declaración de Nyéléni (Kenia) en febrero de 2007 (www.nyeleni.org).

⁹ Sobre el concepto de ciudadanía alimentaria y su potencial normativo, véase, en este mismo número de *Panorama Social*, el artículo de Gómez-Benito y Lozano.

unos costes individuales, sociales, regionales y mundiales más graves de lo que cabe vislumbrar en el corto plazo, y quizá siquiera imaginar en el largo.

BIBLIOGRAFÍA

BAILLARD, D. (2008), “Estalla el precio de los cereales”, *Le Monde Diplomatique*, mayo.

BANCO MUNDIAL (2008a), *Informe sobre el Desarrollo Mundial 2008: Agricultura para el Desarrollo*, Washington, Banco Mundial.

— (2008b), *World Development Report 2008*, Washington, Banco Mundial.

BROWN, O. (2008), *Migración y cambio climático* (Serie de Estudios de la OIM sobre la Migración, nº 31), Ginebra, OIM.

CASCANTE, K. y A. SÁNCHEZ (2008a), *Reacción de España ante la crisis alimentaria mundial* (Memorando OPEX nº 82), Madrid, Fundación Alternativas.

— (coords.) (2008b), *La crisis mundial de los alimentos: alternativas para la toma de decisiones*, Madrid, Fundación Alternativas.

CASCANTE, K. (2011a), *Especulación financiera y crisis alimentaria. Campaña Derecho a la alimentación*, Madrid, AECID.

— (2011b), “Crisis alimentaria: un consenso por la agricultura”, *Política Exterior*, 142: 128-138.

— (2011c), *La escalada de precios de los alimentos: efectos y reacción ante una nueva crisis* (Memorando OPEX nº 158), Madrid, Fundación Alternativas.

FAO (2008), *Cambio climático, energía y alimentos. Conferencia para los nuevos retos*, Roma, 3-5 de junio ([ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/010/i0085s/i0085s00.pdf](http://ftp.fao.org/docrep/fao/010/i0085s/i0085s00.pdf)).

— (2011), *Global food losses and food waste. Extent, causes and prevention*, Roma, FAO.

— (2013), *El estado de la inseguridad alimentaria 2013. Las múltiples dimensiones de la seguridad alimentaria*, Roma, FAO.

FRANCE, A. (2014 [1891]), *Apología del plagio*, Palma, Olañeta.

HEADLEY, D. y S. FAN (2010), *Reflections on the Global Food Crisis. How Did it Happen? How Has it Hurt? And How Can We Prevent the Next One?*, Washington, IFPRI.

IFPRI [INTERNATIONAL FOOD POLICY RESEARCH INSTITUTE] (2008), "Speculation and World Food Markets", *IFPRI Forum*, julio.

LE MOIGN, C. (2011), "Centres financiers 'offshore' et système bancaire "fantôme", *Centre d'analyse stratégique* (note d'analyse 222), 4 de mayo.

ONU (2013), *World Population Prospects: The 2012 Revision*, Nueva York, ONU.

PASCOE, A. y J.L. VIVERO (2008), "El desperdicio de alimentos en época de crisis", *Observatorio del Hambre. Nota Informativa Mensual*, n° 1.

SMITH, K. y R. EDWARDS (2008), "2008: The year of global food crisis", *The Herald*, 8 de marzo.

SWISS NATIONAL CENTRE OF COMPETENCE IN RESEARCH (2008), "World Food Crisis: Are Trade Rules a Problem or a Way Forward?", *Discussion Paper for the WTO Public Forum Trading into the Future*, Berna, 25 de septiembre.

TROSTLE, R. (2008), "Global agricultural supply and demand: Factors contributing to the recent increases in food commodity prices", *Economic Research Services USDA*, WRS-0801.

VARGAS, M., y O. CHANTRY (2011), *Navegando por los meandros de la especulación alimentaria*, Bilbao, ODG/Mundubat.

WORLD DEVELOPMENT MOVEMENT (2010), *The Great Hunger Lottery: How Banking Speculation Causes Food Crises*, julio de 2010.

WORLD ECONOMIC FORUM (2014), *Global Risks 2014*, Ginebra, WEF.

Hábitos alimentarios saludables: el reto de una dieta personalizada

LUIS ÁLVAREZ MUNÁRRIZ*

RESUMEN

El hábito se puede describir como un modo de conducta en el que se combinan creativamente las dimensiones conscientes e inconscientes de la mente humana. Para comprender de una manera holística el comportamiento alimentario, la categoría "hábito alimentario" debe constituirse en un concepto central. Crear unos hábitos alimentarios saludables es uno de los grandes retos de las ciencias de la alimentación. Una de las vías prometedoras para conseguir este objetivo consiste en el diseño de dietas personalizadas.

1. INTRODUCCIÓN

Alimentarse cada día es una necesidad básica de las personas y, por tanto, un universal cultural, pero al que cada cultura imprime su sello específico. Es una cuestión clave para los miembros de cualquier sociedad. En efecto, son muchas las cuestiones que afectan y preocupan a la gente, pero, de entre todas ellas, la alimentación constituye una de las de mayor alcance y significación. Los ciudadanos de las sociedades desarrolladas poseen, por lo general, la educación nutricional suficiente como para poder comprender y valorar el papel tan relevante que tiene la alimentación. Una de sus mayores preocupaciones es cómo crear y configurar unos hábitos alimentarios que contribuyan al pleno desarrollo

* Universidad de Murcia, Departamento de Filosofía [Área de Antropología Social] (munarriz@um.es).

de su vida. Lo que realmente interesa a las personas sobre su alimentación es saber:

- qué tipo de alimentos pueden comer o deben evitar para poder vivir más años y, sobre todo, con mayor calidad de vida;

- qué hábitos alimentarios son apropiados para prevenir los desequilibrios en el organismo humano que puedan desencadenar una enfermedad y, especialmente, las denominadas "enfermedades de la civilización" (obesidad y diabetes tipo 2, entre otras);

- qué patrón alimentario deben seguir para mantener un cuerpo juvenil y esbelto, ideal estético tanto en mujeres como en varones;

- qué tipo de platos pueden preparar para disfrutar del placer y contento que proporciona la degustación de los alimentos;

- cómo fijar en su estilo de vida unos horarios que les permitan disfrutar del acto de comer en agradable compañía.

Todos estos son objetivos tan relevantes para la gente que no hay ciencia que se precie de serlo y no aspire a contribuir, en un grado u otro, a su realización. De todas maneras, son las ciencias de la alimentación las que, de un modo específico y sistemático, concentran sus investigaciones en analizar, explicar y ofrecer recomendaciones sobre cómo conseguir unos hábitos alimentarios que satisfagan esas aspiraciones.

Los especialistas en este tema son conscientes, o al menos deben serlo, de que abor-

dan un tema complejo para cuya dilucidación se requiere el concurso de numerosas disciplinas –tanto naturales como socioculturales–, lo cual implica la necesidad de romper las barreras entre las disciplinas que conforman el saber científico. La cooperación entre diferentes saberes es una actitud teórica que poco a poco va calando en la conciencia de los investigadores de la alimentación. La razón de esta exigencia es simple: en todos aquellos saberes que tratan el tema de la alimentación podemos encontrar aportaciones válidas, complementarias y, en gran medida, necesarias para diseñar unos hábitos alimentarios saludables para la población.

Es cierto que el desarrollo de las “ciencias de la complejidad” está favoreciendo la tendencia a servirse de los conocimientos y las experiencias de diferentes áreas de conocimiento para establecer conexiones sistémicas en el saber, y poder llegar a soluciones que contribuyan al progreso científico. También es cierto que se reconoce la unicidad y unidad de la especie *homo sapiens*, en la que se disuelve lo biológico y lo cultural. Pero en el saber de nuestros días persisten las dicotomías, y el gran reto que tenemos por delante es partir de una visión unitaria del ser humano. Debe ser la base para construir un marco teórico sólido de carácter holístico que sirva de punto de referencia para proponer ingestas adecuadas y diseñar guías alimentarias que contribuyan a aumentar el bienestar de las personas. Esta es una tarea urgente, ya que, repasando la literatura reciente, podemos constatar la existencia de cambios bruscos en los conceptos científicos sobre la alimentación, así como referencias a dietas mágicas, pirámides alimentarias defectuosas, tablas de composición de alimentos diferentes, y también recomendaciones dietéticas contradictorias sobre alimentos tan fundamentales como el pan, la carne, los embutidos, los lácteos, las legumbres, las bebidas, etcétera.

Una teoría se concreta en la construcción de modelos que tienen como objetivo describir, interpretar, predecir o prescribir (Cobelli y Carson, 2005). Las variables de cualquier modelo se articulan a través de un concepto central. De acuerdo con estas ideas, entiendo que para comprender de una manera holística el tema de la alimentación –tanto de una sociedad concreta como de la humanidad en su conjunto– la categoría “hábitos alimentarios” debe ser el concepto central. Tales hábitos son la base de unos modos de ser y vivir que tienen su origen en la totalidad

situada que somos, y en ellos se combinan creativamente las dimensiones conscientes e inconscientes de la mente humana. Como guías para nuestra alimentación son esquemas de comportamiento en el que convergen los motivos biológicos, sociales y afectivos en una síntesis unitaria. Recuperar y también actualizar la categoría clásica de “hábito alimentario” como concepto unificador es fundamental para las ciencias de la alimentación. Esa recuperación permitiría superar la brecha de naturaleza (impronta genética) y cultura (impronta personal) en torno a la que habitualmente giran las investigaciones que se realizan hoy día en el campo de la alimentación. Conjuguar ambas dimensiones en un modelo que no caiga en la reificación de uno de estos dos aspectos es el reto que afrontamos.

2. LA CATEGORÍA CIENTÍFICA “HÁBITOS ALIMENTARIOS”

Si rastreamos la historia del pensamiento, podremos constatar que el término “hábito” constituye una categoría conceptual que se remonta a la filosofía aristotélica y se usa para explicar la conducta de la persona humana. Se desvanece como concepto clave con la aparición del conductismo y la implantación definitiva del cognitivismo. En la actualidad, y partiendo del conocimiento ordinario, son muchos los científicos que han recuperado y centran sus investigaciones en el estudio de los hábitos, tras constatar la enorme fuerza que tienen sobre la conducta humana. Se recuerda la idea de Darwin, según el cual los seres humanos se definen mejor como *creatures of habit* que como *creatures of reason*. Con esta propuesta conectan tendencias recientes en el estudio del comportamiento humano. No conciben el hábito como una matriz estructurante que limita la reflexión y la libertad de acción, sino como una disposición imprescindible en nuestra vida que proporciona consistencia y orden a nuestras actividades diarias y no cierra el paso a la creatividad. De ahí que se recupere como categoría técnica por su potencialidad heurística para comprender la vida diaria de la gente. Y en estas aportaciones nos apoyaremos para actualizar ese concepto clásico en la Antropología de los hábitos alimentarios.

La categoría de “hábitos alimentarios” (*food habits*, *habitudes alimentaires*, *Ernährungsgewohnheiten*) ha sido una aportación de la Antro-

pología al campo de la alimentación. El concepto fue introducido y empleado por pioneros de esta rama de la Antropología que partieron del supuesto según el cual la alimentación constituye un elemento esencial de cualquier tipo de sociedad¹. Tales hábitos se conciben como formas de comportamiento alimentario profundamente arraigadas en las formas de vida de los miembros de una cultura. Los antropólogos se han servido de este concepto para describir una multiplicidad de aspectos del sistema alimentario, como el tipo y el valor simbólico de los alimentos, el número, el lugar y el horario de las comidas diarias y especiales, las normas que rigen su producción, almacenamiento, venta y distribución, las reglas que rigen en la mesa, etc. Es importante subrayar que se trata de una categoría enfocada al “diseño cultural”: proponer una dieta equilibrada, saludable y solidaria (Álvarez Munárriz, 2006). El conocimiento de los factores culturales de la alimentación no tiene solo un valor teórico, sino que es fundamental para la realización efectiva de cualquier modificación de los comportamientos alimentarios de la población. De modo sintético, cabe calificarla como una categoría clave, toda vez que proporciona una explicación causal de los alimentos disponibles que podemos comer y de las maneras en las que debemos hacerlo.

Los hábitos alimentarios son modos de ser, pensar y actuar profundamente grabados en nuestro cuerpo. Remiten a esa actividad alimentaria que discurre sobre la línea divisoria entre naturaleza y cultura, y participa de las dos; a aquella dimensión del consumo alimentario en la que se entrecruzan y disuelven las necesidades fisiológicas y simbólicas del ser humano. Dada su complejidad, no debe extrañar que los hábitos sean, en gran medida, desconocidos para las personas que los practican y que su explicación constituya un reto para los expertos. De ahí la conveniencia de fijar con claridad su naturaleza, su origen y la función que desempeñan en la elección de los alimentos que consumimos.

3. LA NATURALEZA DE LOS HÁBITOS ALIMENTARIOS

En una primera aproximación podemos describir los hábitos alimentarios como cualquier

¹ Véase Richards (1932), Mead (1943), Passin y Bennett (1943), Mauss (1968) y Douglas (1977).

comportamiento alimentario rutinario, mecánico o cómodo, y que se repite en el tiempo. Son conductas personales e individualizadas que la mayoría de la gente lleva a cabo una y otra vez, de la misma manera y a menudo en las mismas circunstancias. Engloban un conjunto de reglas de conducta frecuente que gobiernan el comportamiento alimentario y nos ayudan a entender las razones de la selección, la preparación y el consumo de los alimentos que comemos. Nacen de la continuidad o permanencia de una conducta cultural centrada en la comida, las preferencias y aversiones que la orientan y que siempre están regidas por reglas tanto de carácter consciente como inconsciente. Son formas permanentes de conducta alimentaria de los miembros de un grupo social y, además, esquemas heredados, pero también aprendidos por el ser humano, como miembro de una cultura, que se convierten en patrones y rutinas de conducta, reforzadas con la imitación y la repetición; en comportamientos que, a base de repetirlos, se acaban consolidando y automatizando. Constituyen el sistema fundamental por el que orientamos y definimos nuestro comportamiento alimentario. En resumen, los hábitos alimentarios configuran y orientan la conducta alimentaria. Son una parte esencial del estilo de vida de las personas, en la medida en que contribuyen a satisfacer necesidades biológicas y simbólicas fundamentales. Proporcionan lo que más valora, porque necesita, el ser humano: energía, salud y placer.

Los hábitos alimentarios tienen un carácter universal, ya que en todas las culturas se puede constatar la existencia de unos esquemas mentales que orientan de manera rutinaria la elección de los alimentos que se consumen. Pero también son específicos, pues cada cultura les da una forma particular. Así pues, existen constantes que se encuentran en todas las latitudes y en todas las épocas, pero también variaciones importantes según las regiones. Uno de los factores generadores de mayor grado de especificidad es el medio en el que viven las personas. De ahí que uno de los objetivos prioritarios de la investigación antropológica haya consistido en fijar y explicar la relación entre los recursos naturales del medio, su uso como alimentos y las consecuencias no solo nutricionales, sino, sobre todo, socioculturales que implican su distribución y consumo por parte de una determinada población. En todas las poblaciones se selecciona una parte muy pequeña de posibles alimentos y, además, cada cultura prima el consumo de

unos sobre otros, convirtiéndolos en ingredientes esenciales de su dieta, es decir, en alimentos básicos.

Cada sociedad responde de una manera específica a las potencialidades que le ofrece el territorio que habita. En la actualidad, este hecho tiene un alcance global: la extracción de recursos y la emisión de residuos per cápita siguen aumentando a escala planetaria, produciendo un deterioro ecológico sin precedentes. El modo en que los alimentos se producen, se transforman, se distribuyen, se venden, se preparan, se cocinan y se consumen es crucial no solo para el bienestar y la salud de las personas, sino también para la sostenibilidad del medio ambiente. A nivel global se ha producido un cambio sustancial en los hábitos alimentarios que plantea serios problemas a la seguridad alimentaria y a los servicios públicos de salud². Se está superando la capacidad del planeta para suministrar, reponer y absorber. La única manera de poder evitar el colapso ecológico es el cambio de estilo de vida consumista del que formarían parte unos hábitos alimentarios más racionales y solidarios. La gente empieza a concienciarse de que su régimen alimentario no solamente afecta a su cuerpo, sino que también está cambiando y destruyendo el medio. Pero existe un tremendo abismo entre lo que piensa y lo que hace. Cambiar de hábitos alimentarios es una tarea urgente si realmente se quiere dar una respuesta efectiva a lo que se ha dado en llamar la “cuestión alimentaria”: explotar sensatamente los recursos del planeta Tierra, evitar la desigualdad en el acceso y la distribución de los alimentos y crear unos hábitos alimentarios conformes a un uso prudente de los recursos alimentarios que ofrece el medio. La advertencia y la consiguiente recomendación de la “Declaración de Giessen”, respaldada por la Organización Mundial de la Salud, es muy ilustrativa:

“La especie humana ha pasado de un período de la historia en que la ciencia de la nutrición, y la política de alimentación y nutrición, han estado principalmente preocupadas por la salud personal y colectiva y por la explotación, producción y consumo de alimentos y recursos asociados a un nuevo período. Ahora todas las ciencias pertinentes, entre ellas la de la nutrición, deberían estar y estarán principalmente preocupadas por el cultivo, conservación y sustento de todos los recursos humanos, vivos y fisi-

² Véase Ericksen (2007) y Wahlqvist (2014).

cos juntos y, por lo tanto, por la salud de la biosfera”³.

4. EL ORIGEN DE LOS HÁBITOS ALIMENTARIOS

Reflexionar sobre el origen de los hábitos alimentarios es relevante, ya que cualquier intento de proponer una dieta óptima debe tener en cuenta cómo las dietas se han ido configurando a lo largo de la historia de la humanidad. El ser humano del siglo XXI es el resultado de milenios de evolución, y su existencia implica que ha sobrevivido al medio físico adverso del que tenía que extraer la materia y energía necesarias para vivir. En el presente se mantienen y reproducen pautas de comportamiento y preferencias alimentarias de muchas generaciones anteriores; tales pautas son la herencia de una cultura pasada, legatarias de una larga y rica tradición y, por tanto, tienen su propia historia evolutiva. Se afirma que si bien nuestro medio socio-físico y nuestros estilos alimentarios han cambiado sustancialmente, nuestro genoma prácticamente no lo ha hecho. Permanecemos casi idénticos a nuestros lejanos antepasados paleolíticos y, en consecuencia, sus patrones nutricionales tienen relevancia permanente en la configuración de nuestros hábitos alimentarios. En este supuesto se basan algunos científicos cuando proponen que la dieta más saludable para los seres humanos es aquella que ha sido consumida en las primeras etapas de la hominización y humanización. Siguiendo con este argumento, la práctica nutricional debería tener en cuenta las presiones evolutivas relacionadas con la dieta y la nutrición que determinaron la evolución biológica del linaje de los homínidos y, con el tiempo, del *homo sapiens*.

En la comunidad científica suscita cierto consenso la tesis según la cual los hábitos alimentarios actuales se remontan a miles e incluso millones de años de evolución a lo largo de los que se fue diseñando nuestro cuerpo para satisfacer sus necesidades de energía y materia a través de determinado tipo de alimentos. Los patrones alimentarios vigentes en nuestra época serían, pues, el resultado de una prolongada evolución del consumo de alimentos experimentado por la población mundial, cuyo origen se

³ The Beauman *et al.* (2005) y Cannon (2009).

remontaría a las primeras etapas de la humanidad. Esta corriente de investigación se relaciona con términos como los de “dieta darwiniana”, “medicina evolucionista” o “paleodieta”. Según sus defensores, es cierto que los estilos de vida se han ido modificando desde la sociedad de los cazadores-recolectores, pero también que las capacidades y necesidades de aquellos ancestros se deben tener en cuenta a la hora de proponer una dieta saludable, tratando de aprovechar los posibles beneficios para la salud y de identificar, para intentar evitar, los males de la dieta moderna (Ulijaszek, Mann y Elton, 2012).

Momento clave en el proceso de constitución de la dieta de la especie humana es la aparición de *homo habilis*, productor de pequeñas lascas de borde cortante con las cuales seccionaban carne. El consumo de proteína de origen animal es determinante en la creación de un cerebro más voluminoso y complejo, pero no desplaza el de alimentos de origen vegetal y de insectos. Sobre la demostración de que el *homo sapiens* ya es omnívoro se basa el dilema propuesto por Rozin y explotado mediáticamente por Pollan: podemos comer todo lo que nos ofrece la naturaleza, pero decidir qué alimentos en concreto consumimos nos provoca ansiedad ante el temor de que puedan ser perjudiciales para nuestra salud. Es un dilema que guía las actuales investigaciones sobre la dieta de nuestros ancestros: el miedo a la ingesta de nuevos alimentos y, en consecuencia, a enfermar o morir, frente a la aventura movida por el placer de disfrutar nuevos sabores. Este principio explicaría las adaptaciones genéticas o bioculturales que fundamentan los modos de comer de los animales, los primeros seres humanos y los hábitos alimentarios de los miembros de las sociedades desarrolladas (Armelagos, 2014).

La información relacionada con la evolución de la dieta de nuestra especie suscita mucho interés. Se sigue investigando sobre el cambio que ha sufrido nuestro genoma. Estamos empezando a reconocer la importancia del uso del fuego: cocinar hizo al hombre. Poseemos sofisticadas y potentes técnicas para poder interpretar los restos paleo-antropológicos y arqueológicos. Ahora bien, el registro no es suficientemente completo para llegar a conclusiones fiables y definitivas, y mucho menos para proponer una dieta ideal. Una ojeada a la literatura científica actual permite constatar innumerables afirmaciones especulativas en torno a la mentalidad,

el lenguaje, la conducta y la organización social de nuestros antepasados, basadas en un conjunto limitado y escaso de restos fosilizados de esqueletos, de comida digerida, piedras o partes del cuerpo marcadas, todo ello susceptible de múltiples interpretaciones. El paradigma evolucionista no ofrece datos suficientemente fiables para establecer una dieta que pueda inspirar el diseño de los hábitos alimentarios de la población actual.

“Un creciente cuerpo de datos académicos sugiere que no existe tal cosa como una dieta humana evolucionaria y que las nociones populares de volver a una dieta más fiel a la naturaleza humana son incompatibles con las formas en que los metabolismos y hábitos alimentarios se desarrollan en los seres humanos.... Comprender la naturaleza versátil y generativa de la evolución de la dieta humana proporciona una vía más matizada y productiva para promover la nutrición óptima” (Turner y Thompson, 2013; traducción propia).

En manera alguna debe infraestimarse el interés que puedan tener estas investigaciones. Se puede datar y constatar que existe una discrepancia entre la dieta del Paleolítico y nuestros modernos estilos de vida. Sin embargo, no se puede demostrar que la discrepancia entre nuestros genes de la Edad de Piedra y nuestro actual estilo de vida sea la causa de las denominadas enfermedades de la civilización. Semejante determinismo genético no tendría en cuenta la plasticidad de nuestra constitución corporal y la capacidad creativa de las personas que han ido configurando unos hábitos alimentarios basados en los condicionamientos y las posibilidades que les ofrecían el medio físico y el medio social.

Aquí partimos de una visión dinámica de la naturaleza humana y del supuesto de que la evolución de los hábitos alimentarios ha sido configurada por esa capacidad creativa de las personas que dimana de su mente consciente. Por ello consideramos mucho más fértil enfocar la atención investigadora en los tipos de alimentos producidos y consumidos en las tres grandes fases por las que ha pasado la humanidad: el paleolítico (o la sociedad cazadores-recolectores), el neolítico (o la sociedad agrícola), y la intensificación en la producción de alimentos que surge con la revolución industrial. En estos tres periodos, la selección que hace el hombre de

los alimentos que consume nunca es totalmente natural y fisiológica, sino que está orientada por criterios de orden sociocultural:

“El animal viene al mundo ya completo por sus instintos y tendencias, lo que hace que su mundo sea un mundo ya cerrado porque sus posibilidades están programadas y siempre hará lo que su constitución le permite hacer. No así el hombre, que es mucho más que genes; su estructura instintiva ni está especializada ni viene dirigida a un medio específico. El hombre tiene que cincelar su mundo a golpe de imaginación y, al hacerlo, elabora cultura y se hace a sí mismo” (Lisón, 2014).

El ser humano únicamente aprecia, consume e incorpora a sus hábitos alimentarios productos culturalmente testados. De acuerdo con esta idea, solo cabe enunciar este principio sobre una dieta ideal: consiste en un adecuado porcentaje de alimentos que las diferentes culturas han ido testando a lo largo de las tres etapas de la humanidad, ya que nuestro cuerpo se ha adaptado genéticamente a los alimentos consumidos en estos periodos. Puede parecer un principio tan general y vago que carece de interés científico. Pero posee indudable validez en la medida en que permite eliminar muchos de los mitos que se están generando sobre la dieta ideal. De una parte, implica el rechazo de la dieta paleolítica (también llamada “paleodieta”, “dieta del hombre de las cavernas” o “dieta de la edad de piedra”) que propone consumir de forma exclusiva los alimentos que tomaban nuestros antepasados del Paleolítico. Se sigue discutiendo sobre el tipo de dieta de los cazadores-recolectores, pero de la evidencia fósil disponible no se desprende que su dieta diaria estuviera basada principalmente en alimentos de origen animal, especialmente en sus vísceras. Antes bien, el *Atlas Etnográfico* elaborado por Murdock (1967) muestra la riqueza y diversidad de dietas seguidas por los cazadores-recolectores, configuradas por el medio en que vivían. En todo caso, la dieta que actualmente se aconseja a los deportistas es hiperproteica, desequilibrada, restrictiva y perjudicial para la salud. Tampoco es más salubre la dieta para la inmortalidad propuesta por los componentes de *Initiative 2045*, que excluyen de la alimentación, por ejemplo, la carne y la leche, defendiendo tesis tan escasamente documentadas como la del rechazo a los alimentos procesados industrialmente. Lo

cierto es que nuestro cuerpo se ha adaptado plenamente al consumo de estos alimentos y no se ha demostrado fehacientemente su perjuicio para la salud. Por tanto, no es empíricamente sostenible el principio enunciado por Pollan (2009): “Si procede de una planta puedes comerlo; si lo han fabricado en una planta, no”.

5. LA FUNCIÓN DE LOS HÁBITOS ALIMENTARIOS

Los hábitos alimentarios presentan variadas formas de expresión en forma de tabúes, rituales, costumbres y tradiciones culinarias. Condicionan desde el tamaño adecuado de las porciones hasta el orden en el que los alimentos deben ser consumidos o el tipo de animales que conviene o no conviene comer. Son rutinas que se inscriben en la mente y el cuerpo, facilitando a las personas la toma de decisiones sobre su comida diaria sin necesidad de tener que reflexionar por qué y cómo se come lo que se come. Vistos como esquemas mentales desempeñan una triple función.

En primer lugar, los hábitos alimentarios sirven de guía para la elección cultural de los alimentos que producimos, seleccionamos/compramos, preparamos y consumimos en la comida diaria. Ordenan la selección de los ingredientes que se consideran centrales y de los que se aparten, es decir, la cantidad y calidad de los productos alimentarios incluidos en la ingesta. En mi trabajo de campo sobre la alimentación en la Región de Murcia⁴ pude comprobar que la *selección y compra* de aquellos alimentos que diariamente se comen están orientadas por los hábitos alimentarios. “Compramos siempre más o menos lo mismo”, me decía un informante en un gran almacén.

En segundo lugar, los hábitos alimentarios orientan nuestras maneras de comer, es decir, el cuándo y el cómo comemos. Normalmente no comemos solos, sino en compañía de familiares o amigos. En todas las sociedades, la conducta alimentaria responde a reglas alimentarias fijadas por los miembros del grupo. Adquieren la forma de normas ritualizadas que conforman el acto alimentario en todas sus dimensiones: el número de

⁴ Véase Álvarez Munárriz (2005).

comidas que se realizan al día, la hora, el lugar y la compañía. En suma: facilitan la *regularidad* en las comidas. En las sociedades tradicionales se mantenía un horario regulado y ajustado al tiempo que marcaba el día y la noche. En el trabajo de campo que realicé en la Región de Murcia me contaba un informante que, en su pueblo, a las 12 de la mañana tocaban las campanas, las mujeres rezaban el ángelus y preparaban la comida, y ese toque marcaba el punto de referencia para dejar de trabajar e ir a comer. Pero en las modernas sociedades se han perdido estos hábitos ancestrales. Las recientes investigaciones sobre el reloj circadiano⁵ han señalado la importancia de recuperar esta dimensión de la comensalidad. En las sociedades desarrolladas se ha producido una “crono-disrupción”: una alteración relevante del orden temporal interno de los ritmos circadianos fisiológicos y conductuales (Garaulet, 2013). La disrupción de los ritmos circadianos se asocia con el envejecimiento y el desarrollo de diferentes enfermedades como el cáncer, la obesidad, la diabetes, etcétera.

En tercer lugar, los hábitos alimentarios explican el goce corporal que nos proporciona saborear los alimentos que se adecúan a nuestros gustos, es decir, el placer que se alcanza con su satisfacción. Se producen cambios constantes en las maneras de comer, pero siguen siendo reguladas por los actuales hábitos alimentarios, como lo muestran los denominados “alimentos de fusión”. Cambian las preferencias, los gustos y los sabores, pero en esencia se mantienen los hábitos alimentarios que llevamos grabados en la mente y el cuerpo. No podemos dejar de ser lo que hemos comido, es decir, somos lo que comemos, como se repite constantemente, pero también comemos lo que somos. Y somos un todo unitario y abierto que, aunque no resulte fácil, puede cambiarse de manera consciente y reflexiva. Esta concepción no encaja con las dicotomías. Hoy está de moda hablar de lo emocional y distinguirlo de lo cognitivo como dos aspectos diferentes de la mente humana. Pero en el campo de la alimentación no es correcto distinguir entre la emoción y el sentimiento de placer que nos produce la degustación de un alimento, por una parte, y el conocimiento de los atributos positivos o negativos de carácter nutricional y sus consecuencias para nuestra

⁵ El organismo humano posee un reloj central que genera oscilaciones en periodos de aproximadamente 24 horas. Según los neurocientíficos, se localiza en el núcleo supraquiasmático del hipotálamo. Véase Froy (2007: 61), Stenvers *et al.* (2012: 360) y Zeman y Coebergh (2013: 379).

salud. Tampoco es apropiada la distinción entre los hábitos alimentarios de la cultura oriental y occidental. Desde una perspectiva transcultural podemos afirmar que el equilibrio de los hábitos alimentarios de una persona consiste en conjugar armónicamente las necesidades nutricionales y las propiedades gustativas de los alimentos que consume.

6. HACIA LA DIETA PERSONALIZADA

En el saber de nuestros días se acepta la importancia de las contribuciones de la Antropología sobre los hábitos alimentarios. La referencia a estos hábitos es común en las disciplinas de la Nutrición y la Dietética, que los conciben como patrones de conducta alimentaria seguidos por un individuo o una colectividad, basados en el estilo de vida y en factores socio-culturales, políticos o religiosos. Se acepta que esas normas interiorizadas funcionan como criterios de selección, utilización y consumo del conjunto de productos presentes en las dietas de un grupo de población. La razón es simple: aunque se centren en la dimensión fisiológica de la alimentación, aunque tengan como objetivo la promoción de estados óptimos de salud a través de recomendaciones nutricionales, las disciplinas de la Nutrición y la Dietética ya no prescinden en sus investigaciones y en sus propuestas de los modos de consumo consolidados, interiorizados y plenamente aceptados por los miembros de un grupo social.

Los hábitos alimentarios conforman el patrón alimentario, es decir, el conjunto de alimentos que una persona, familia o grupo de personas consumen de manera cotidiana, según un promedio de referencia estimado en, por lo menos, una vez, ya sea durante una semana o un mes. Hay una diversidad de formas de configurar hábitos alimentarios compatibles con una dieta saludable. Una de ellas es la dieta mediterránea, basada en el trigo, el aceite y el vino que se producía en las zonas del Mar Mediterráneo. Era el tipo de alimentación que, en la década de los cincuenta y sesenta del pasado siglo, constituía básicamente los hábitos alimentarios de los españoles. Los rasgos esenciales de la dieta mediterránea fueron fijados por el equipo dirigido por Ancel Keys. Este fisiólogo defendió ante la Organización Mundial la Salud la tesis de que los hábitos alimentarios desempeñan un papel

determinante en la aparición de enfermedades cardiovasculares, tesis que posteriormente confirmó en el conocido *Estudio de los siete países*, en el cual relacionó la dieta con el colesterol en la sangre. Keys estuvo en España y, aunque no la eligió como caso de estudio, pudo comprobar que sus habitantes seguían los patrones de la dieta mediterránea. Sus investigaciones confirmaron científicamente que era una dieta saludable y, como tal, se sigue reconociendo internacionalmente⁶.

La dieta mediterránea, tradicionalmente consumida en España, se caracteriza por su variedad, equilibrio y moderación, constituyendo un modelo alimentario saludable. Se asocia con una mayor esperanza de vida y un riesgo más bajo de incidencia de enfermedades no transmisibles. Sin embargo, el patrón alimentario de la población española ha cambiado progresivamente en las últimas décadas. La evolución de los hábitos alimentarios en todas las regiones de España ha llevado a un progresivo abandono de este estilo de alimentación. Se ha señalado que, desde los años setenta aproximadamente, la dieta basada en frutas y verduras frescas ha decaído fuertemente. Los estudios realizados en el año 2011 por la Agencia Española de Seguridad Alimentaria confirman una profunda transformación de los hábitos alimentarios de los españoles. El seguimiento de la dieta mediterránea es menor, a medida que disminuye la edad de la población. Se constata una clara tendencia hacia la occidentalización o globalización de la dieta española⁷. En concreto, se han producido cambios sustanciales en el estilo de vida y de alimentarse, que se manifiestan en una menor elaboración de los platos tradicionales y una reducción del tiempo dedicado a la compra, así como a la preparación de las comidas y de la frecuencia de las comidas familiares, en las que los niños eran educados en hábitos alimentarios saludables. Hemos pasado de una sociedad predominantemente agrícola, cuya alimentación estaba basada en el consumo de productos locales, a una sociedad industrial cuyo patrón alimentario se configura con alimentos que pueden provenir de cualquier parte del mundo; hemos pasado de la sociedad de la escasez y del trabajo físico, a la sociedad de la abundancia y el sedentarismo. La implantación

y consolidación de este nuevo estilo de vida ha producido una erosión de los modelos alimentarios tradicionales en lo referente a quién prepara la comida, qué tipo de alimentos se consumen, cuánta cantidad se come y cuándo se reúnen los miembros de la familia para comer. Los cambios económicos, demográficos, sociales y culturales están directamente relacionados con las transformaciones en el comportamiento alimentario. Este cambio de patrón se puede condensar en esta simple formulación: aumento del consumo de alimentos de origen animal y descenso de los de origen vegetal⁸.

Los recientes estudios sobre los hábitos alimentarios de los españoles confirman que el consumo de carne y sus derivados es superior al recomendado, y que el de cereales, frutas, verduras y legumbres está por debajo de las recomendaciones para la población española. Este cambio de hábitos se relaciona con el aumento de la mayoría de las enfermedades crónicas no transmisibles⁹. De ahí que los profesionales de la alimentación concentren todos sus esfuerzos en el diseño de unos hábitos alimentarios saludables. Se acepta que la dieta más adecuada es aquella que tiene en cuenta todas las condiciones que nos definen como personas y constituyen una cultura concreta, con hábitos alimentarios concretos, gustos, estado de salud, costumbres e ideales, actividad física, estilos de vida diferentes. En definitiva, se pone de relieve la *enculturación alimentaria*, la dieta que parte de la relación persona-medio:

“La persona no vive aislada. Las divisiones de nuestra naturaleza también tienen que relacionarse con el contexto general, que puede modular positiva o negativamente el perseguido bienestar [...] Probablemente no podamos incorporar todas la citadas dimensiones de nuestra naturaleza y salud de manera simultánea y sin ayuda. Pero sí que debemos proponernos ir integrándolas en nuestra rutina una a una, de forma que cada nueva dimensión de vida saludable será más fácil de incorporar que la anterior” (Ordovás, 2013: 6).

Una de las dimensiones que los profesionales de la alimentación quieren incorporar

⁶ Véase Pérez Llamas (2012), y Bach-Faig y Serra-Majem (2013); también el artículo de Serra-Majem, Castro-Quezada y Ruano-Rodríguez en este mismo número.

⁷ Resultados de la Encuesta Nacional de Ingesta Dietética Española (ENIDE) de 2011 (<http://www.aesan.msc.es>).

⁸ Véase Varela-Moreiras (2013), Díaz Méndez *et al.* (2013) y Doménech (2013).

⁹ Véase Grande Covián (2000: 219), Farré Rovira (2005: 464), Bilton (2013: 319), y Menéndez Patterson (2013: 19-23).

a la configuración de los hábitos alimentarios es la relacionada con los conocimientos alcanzados sobre la relación genoma-dieta. Recientemente, la investigación en nutrición ha pasado de la epidemiología clásica y la fisiología, en la que se basaban los estudios sobre la dieta mediterránea, a la aplicación de los conocimientos de la biología molecular y la genética para diseñar una dieta personalizada. El conocimiento de que los seres humanos son genéticamente únicos, pero no genéticamente idénticos, que una dieta saludable para una persona no tiene por qué serlo para otra, ha impulsado un nuevo enfoque en la ciencia nutricional. Demostrada la conexión entre enfermedad y hábitos alimentarios insanos, y la diferente susceptibilidad de los individuos a desarrollarlas, la máxima aspiración de las ciencias de la alimentación estriba en conseguir unos hábitos alimentarios adecuados a las necesidades de cada persona, es decir, una dieta personalizada.

Ha surgido así un nuevo paradigma de la conjunción entre la genética y la nutrición, un enfoque de la nutrición basado estrictamente en la evidencia científica. La base conceptual se ha construido con los avances alcanzados en el conocimiento sobre la estructura del ADN y la secuenciación del genoma humano. La dieta influye en nuestros genes, y cada individuo responde de manera diferente a los alimentos que asimila. Las variaciones genéticas individuales pueden alterar el modo en que los nutrientes son asimilados, metabolizados, almacenados y excretados por el organismo. Se persigue así conocer las respuestas individuales a la alimentación y, con estos conocimientos, diseñar dietas individualizadas con el objetivo de evitar las enfermedades y alcanzar estados óptimos de salud. Partiendo de este supuesto, se trata de alcanzar un tipo de alimentación acorde con la constitución genética de cada persona. En este objetivo concentra su esfuerzo investigador una disciplina emergente: la genómica nutricional, que estudia las interacciones entre el genoma y los nutrientes en dos ramas complementarias: la *nutrigenómica*, que se ocupa de averiguar cómo los componentes de la dieta afectan la expresión de los genes, y la *nutrigenética*, que trata de explicar cómo responden los genes de cada persona a una dieta determinada¹⁰.

¹⁰ Véase Lorenzo (2011), Bouchard y Ordovás (2012), Hesketh (2013), y Höffeler (2014).

Son muchas las cuestiones que tiene que abordar esta joven disciplina. Todavía nos hallamos muy lejos de una comprensión cabal de los mecanismos explicativos de las diferencias interpersonales en la respuesta a la dieta. Los conocimientos son todavía fragmentarios, y actualmente tenemos que conformarnos con limitados resultados en intervenciones dietéticas. Pero estas investigaciones tienen una sólida base científica: la secuenciación del genoma humano, el desarrollo de las técnicas ómicas, los conocimientos aportados por la epigenética y los descubrimientos sobre el papel del microbioma. Llegará el día en que será posible aplicar los resultados de esta disciplina a grandes números de personas, con el fin de determinar qué genes están relacionados con enfermedades y afecciones concretas, y para elaborar la dieta más conveniente para la salud de cada individuo. Será entonces posible adoptar generalizadamente un enfoque nutricional individualizado, basado en la construcción de un mapa alimentario para cada persona que le indique qué, cuánto y cuándo comer. Se habrá logrado así diseñar unos hábitos alimentarios saludables basados en una dieta personalizada.

BIBLIOGRAFÍA

ÁLVAREZ MUNÁRRIZ, L. (2005), *Antropología de la Región de Murcia*, Murcia, Editora Regional.

– (2006), “Los «hábitos alimentarios»: un reto para la antropología aplicada”, ponencia en el VII Congreso Internacional de la Sociedad Española de Antropología Aplicada, Santander.

ARMELAGOS, G.J. (2014), “Brain evolution, the determinates of food choices and the omnivore’s dilemma”, *Critical Reviews in Food Science & Nutrition*, 54 (10): 1330-1341.

BACH-FAIG, A. y L. SERRA-MAJEM (2013), “Dieta Mediterránea en el siglo XXI: posibilidades y oportunidades”, en: VARELA, G. (coord.), *Libro Blanco de la Nutrición en España*, Madrid, FEN.

BEAUMAN, CH. et al. (2005), “The Giessen Declaration”, *Public Health Nutrition*, 8 (6A): 783-786.

BILTON, R. (2013), “Averting comfortable lifestyle crises”, *Science Progress*, 96 (4): 319-368.

BOUCHARD, C. y J.M. ORDOVÁS (2012), "Fundamentals of Nutrigenetics and Nutrigenomics", en: BOUCHARD, C. y J.M. ORDOVÁS (eds.), *Progress in Molecular Biology and Translational Science*, Londres, Elsevier.

CANNON, G. (2009), *Hacer dieta engorda: siete reglas de oro para lograr el peso ideal y mantenerlo*, Barcelona, Ediciones B.

CHAUVEAU, PH. ; FOUQUE, D. ; COMBE, C. y M. APARICIO (2013), "Évolution de l'alimentation du paléolithique à nos jours: progression ou régression?", *Nephrologie et Thérapeutique*, 9 (4): 202-208.

COBELLI, C. y E. CARSON (2005), *Introduction to Modelling in Physiology and Medicine*, Amsterdam, Elsevier.

DÍAZ, C.; GARCÍA, I.; GUTIÉRREZ, R. y A. NOVO (2013), *Hábitos alimentarios de los españoles*, Madrid, Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.

DOMÉNECH-ASENSI, G.; LÓPEZ-NICOLÁS, R.; GÓMEZ-GALLEGO, C.; MARTÍN-POZUELO, G.; NAVARRO-GONZÁLEZ, J.; RODRÍGUEZ-TADEO, A.; GARCÍA-ALONSO, F.J. y G. ROS-BERRUERO (2013), "Does young Spaniard from Region of Murcia follow the pattern of Mediterranean diet?", *Annals of Nutrition & Metabolism*, 62.

DOUGLAS, M. (1977), "Food is not feed" en: KUPER, J. (ed.), *The Anthropologists' Cookbook*, Londres, Routledge and Kegan Paul.

ERICKSEN, P.J. (2007): "Conceptualizing food systems for global environmental change research", *Global Environmental Change*, 18 (1): 234-245.

FARRÉ, M. (2005), "Alimentación y nutrición contemporáneas: realidad y futuro" en: SALAS-SALVADÓ, J. et al. (eds.), *La alimentación y la nutrición a través de la historia*, Barcelona, Glossa.

FROY, O. (2007), "The relationship between nutrition and circadian rhythms in mammals", *Frontiers in Neuroendocrinology*, 28 (2/3): 61-71.

GARAULET, M.; GÓMEZ-ABELLÁN, P.; ALBURQUERQUE-BÉJAR, J.J.; LEE, Y.-C.; ORDOVÁS, J.M. y F. SCHEER (2013), "Timing of food intake predicts weight loss effectiveness", *International Journal of Obesity*, 37 (4): 604-611.

GRANDE COVIÁN, F. (2000), *La alimentación y la vida*, Madrid, Debate.

HESKETH, J. (2013), "Personalised nutrition: How far has nutrigenomics progressed?", *European Journal of Clinical Nutrition*, 67 (5): 430-435.

HÖFFELER, F. (2014), "Die Genetik der Ernährung: Wie sich Mensch und Nahrung beeinflussen", *Biologie Unserer Zeit*, 44: 52-60.

LISÓN, C. (2014), "Humanismo cultural", conferencia impartida en la XII reunión científica *Antropología: horizontes humanísticos*, Valencia, 22 de mayo.

LORENZO, D. de (2011), *Nutrigenómica y nutrigenética. Hacia la nutrición personalizada*, Barcelona, Libbooks.

MAUSS, M. (1968), *Sociologie et anthropologie*, París, PUF.

MEAD, M. (1943), "The factor of food habits", *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 225: 136-141.

MENÉNDEZ PATTERSON, A. M. (2013), *Los alimentos funcionales*, Gijón, Trea.

MURDOCK, G.P. (1967), *Ethnographic Atlas: A Summary*, Pittsburgh, The University of Pittsburgh Press.

ORDOVÁS, J.M. (2013), *La nueva ciencia del bienestar: nutrigenómica*, Barcelona, Crítica.

PASSIN, H. y J. W. BENNETT (1943), "Social process and dietary change" en: *The Problem of Changing Food Habits*, Report of the Committee on Food Habits, Bulletin of the National Research Council, 108.

PÉREZ, F.; MARTÍNEZ, C.; CARBAJAL, A. y S. ZAMORA (2012), "Concepto de dieta prudente. Dieta mediterránea. Ingestas recomendadas. Objetivos nutricionales. Guías alimentarias" en: CARBAJAL, A. y C. MARTÍNEZ (coords.), *Manual práctico de nutrición y salud*, Madrid, Cátedra.

POLLAN, M. (2009), *Food rules. An Eaters's Manual*, Nueva York, Penguin Books.

RICHARDS, A. (1932), *Hunger and Work in a Savage Tribe*, Londres, Routledge.

STENVERS, J. D.; JONKERS, C. F.; FLIERS, E.; BISSCHOP, P. H. y A. KALSBECK (2012), "Nutrition and the circadian timing system", en: KALSBECK, A.; MERROW, M.; ROENNEBERG, T. y R.G. FOSTER (eds.), *The Neurobiology of Circadian Timing* (Progress in Brain Research 199), Amsterdam, Elsevier.

TURNER, B.L. y A. THOMPSON (2013), "Beyond the Paleolithic prescription: Incorporating diversity and flexibility in the study of human diet evolution" *Nutrition Reviews*, 71(8): 501-510.

ULIJASZEK, S.; MANN, N. y S. ELTON (2012), *Evolving Human Nutrition. Implications for Public Health*, Cambridge, Cambridge University Press.

VARELA-MOREIRAS, G.; RUIZ, E.; VALERO, T., ÁVILA, J.M. y S. DEL POZO (2013), "The Spanish diet: An update", *Nutrición Hospitalaria*, 28 (5): 13-20.

WAHLQVIST, M. L. (2014), "Ecosystem health disorders. Changing perspectives in clinical medicine and nutrition", *Asia Pacific Journal of Clinical Nutrition*, 23 (1):1-15.

ZEMAN, A. y J.A. COEBERGH (2013), "The nature of consciousness", *Handbook of Clinical Neurology*, 118: 373-407.

Nutrición, salud y enfermedad. Estrategias nutricionales ante el cáncer

ANA RAMÍREZ DE MOLINA Y GUILLERMO REGLERO*

RESUMEN

La alimentación se considera un factor ambiental clave en el desarrollo y la progresión de algunas de las grandes enfermedades que padecen las sociedades contemporáneas. Si bien en las últimas décadas se han realizado notables esfuerzos en el desarrollo de “alimentos funcionales” (que pretenden producir determinados efectos beneficiosos para la salud), no se ha alcanzado la efectividad esperada en la mayoría de los casos. El mejor conocimiento de los mecanismos de interacción genes-nutrientes, gracias al reciente desarrollo de nuevas tecnologías, permite plantear ahora con mayor probabilidad de éxito estrategias nutricionales para la promoción de la salud. Con todo, es importante tener en cuenta que la técnica más efectiva no consiste en formular recomendaciones generales, sino en diseñar una nutrición personalizada, adaptada a las necesidades individuales. Sobre el trasfondo de estos argumentos generales, en el presente artículo se revisa el estado actual del conocimiento de los factores nutricionales implicados en el desarrollo y la progresión del cáncer, discutiendo el potencial terapéutico de la nutrición como estrategia complementaria en el tratamiento de la enfermedad.

1. INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas se ha disparado el aumento de enfermedades crónicas, como el

cáncer, la obesidad o las enfermedades cardiovasculares, que actualmente suponen la principal causa de morbilidad y mortalidad en nuestra sociedad. En el desarrollo y la progresión de estas enfermedades hay dos componentes esenciales, la individualidad de cada uno, que le predispone a la salud o la enfermedad (componente genético), y los factores ambientales, entre los cuales la alimentación constituye probablemente el principal componente, al estar expuestos a él varias veces todos los días de nuestra vida. Concretamente, en el caso del cáncer, se ha estimado que un 30 por ciento de todos los tumores se podrían evitar mediante una nutrición adecuada, porcentaje que aumenta hasta un 70 por ciento en el caso de tumores del tracto digestivo, según datos de la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2003). Sin embargo, a pesar de la intensa investigación desarrollada durante décadas en esta área –fundamentalmente de tipo epidemiológico–, la evidencia de la relación entre nutrición y cáncer es aún insuficiente, y tanto las relaciones concretas de causalidad nutrición-cáncer, como la forma de ejercer una “nutrición médica” efectiva en este campo todavía no se conocen bien.

En los últimos años se han producido importantes cambios en la visión de la relación entre la nutrición y la salud. Estos cambios se han derivado de la secuenciación del genoma humano, presentada oficialmente en abril del año 2003 (Collins *et al.*, 2003), y que tuvo como consecuencia la apertura de nuevos campos y expectativas en biomedicina, así como una revolución nutricional con la aparición de la llamada “genómica nutricional”, que marcó el inicio de

* Instituto Madrileño de Estudios Avanzados en Alimentación (IMDEA Alimentación), Madrid (ana.ramirez@imdea.org; guillermo.reglero@imdea.org).

la transición entre la llamada nutrición clásica y la nueva nutrición o nutrición molecular. Esta nueva nutrición, enfocada hacia la salud, se basa en que un mayor conocimiento a distintos niveles, incluido el molecular, de cómo influyen los nutrientes en la aparición y evolución de enfermedades como el cáncer, determinará su posible utilización dirigida, logrando retrasarlas o incluso evitarlas.

2. NUTRICIÓN Y CÁNCER

Un amplio número de evidencias científicas demuestran la relevancia del papel de la nutrición en la aparición y el desarrollo del cáncer. El proyecto EPIC (*European Prospective Investigation into Cancer and Nutrition*) es uno de los estudios más ambiciosos llevados a cabo a nivel mundial para investigar la relación entre dieta y cáncer; en él participan diez países europeos, entre ellos, España (Bingham y Riboli, 2004). En relación al cáncer colorrectal, uno de los tipos de cáncer en los que la asociación entre alimentación y desarrollo de la enfermedad es más consistente, el estudio EPIC confirmó datos anteriores que señalaban la existencia de una evidencia sólida de que el elevado consumo de vegetales reduce el riesgo de padecer este cáncer, y el de pescado también puede tener un efecto reductor del riesgo. En cambio, el consumo de carne roja y carne procesada incrementa significativamente el riesgo de padecer esta enfermedad (Sandhu, White y McPherson, 2001; Norat *et al.*, 2005), al igual que ocurre con el consumo de alcohol (Boffetta *et al.*, 2006; Ferrari *et al.*, 2007). Asimismo, la obesidad, enfermedad caracterizada por una proporción anormalmente alta de grasa en el cuerpo, se ha relacionado significativamente con un riesgo incrementado de desarrollar otras enfermedades crónicas, incluidos los tumores del tracto digestivo (colon, recto, esófago, páncreas), entre otros, como los de endometrio y tiroides (IACR, 2002; Pischon, 2006). Tanto el informe del *World Cancer Research Fund* y de la *American Investigation for Cancer Research* en 1997 (WCRF y AICR, 1997), como el estudio EPIC (con un seguimiento de la población hasta el año 2007), indicaron que el papel protector de los vegetales operaba también en cáncer gástrico y en cáncer de pulmón (Linseisen *et al.*, 2007; González *et al.*, 2006), mientras que en cáncer de próstata y mama, donde inicialmente se había postulado este mismo efecto, e incluso se

había llegado a comercializar licopeno del tomate sugiriendo su papel protector frente al cáncer de próstata, distintos estudios, incluyendo el EPIC, concluyeron la inexistencia de evidencias suficientes en respaldo de esta afirmación (Key *et al.*, 2004; Van Gils *et al.*, 2005).

El cáncer es una enfermedad compleja en la que una combinación de factores genéticos y ambientales interactúan entre sí determinando su iniciación, progresión y respuesta a los distintos tratamientos. La nutrición no solo es el factor no genético de mayor relevancia en el desarrollo de algunos tipos de cáncer¹, sino que ejerce también un papel fundamental en la evolución de la enfermedad (Witham, 2013). Una vez diagnosticado el cáncer, el estado nutricional es un factor importante en el pronóstico de la enfermedad, que afecta tanto al estado general del paciente como al riesgo de toxicidad asociado al tratamiento. En sí misma, la alimentación constituye una parte importante del tratamiento del paciente. El estado nutricional se puede ver afectado como consecuencia directa de las alteraciones metabólicas inducidas por el tumor. En este sentido, la desnutrición proteico-calórica (DPC) es un diagnóstico secundario frecuente en estos pacientes (Sanz, Moreno y García de Lorenzo, 2008). Además de su asociación con estados de malnutrición relacionados con el cáncer, como la anorexia, caquexia o sensación de saciedad temprana, se ha demostrado que las alteraciones metabólicas inducidas por el tumor son clave en el desarrollo de DPC. Dichas alteraciones incluyen intolerancia a la glucosa y resistencia a la insulina, glicólisis aumentada, lipólisis aumentada y una mayor rotación de proteínas, y constituyen un factor esencial en el estado general del paciente y en su respuesta al tratamiento antitumoral (Delano y Moldawer, 2006).

Ahora bien, a pesar de las evidencias epidemiológicas encontradas sobre el potencial efecto beneficioso de algunos componentes alimentarios, y de la relevancia del estado nutricional de cada paciente en el inicio y la progresión de la enfermedad, los suplementos nutricionales que se han introducido como terapia complementaria en pacientes con cáncer, hasta la fecha, se han centrado fundamentalmente en el desarrollo de suplementos de ingesta calórica o, en algunos casos, en suplementos con propiedades

¹ Además de la nutrición, otros factores ambientales importantes son las infecciones y los agentes carcinógenos a los que nos hallamos expuestos.

generales, como los ácidos grasos omega 3 (EPA), que, por su potencial actividad antiinflamatoria, se han utilizado para el tratamiento de los síntomas de la DPC (Murphy y Von Roenn, 2000). Sin embargo, los datos obtenidos en los últimos años, añadidos a la revolución científica y tecnológica de la última década, evidencian la posibilidad de obtener un beneficio significativamente mayor con la introducción de forma dirigida de suplementos con propiedades bioactivas, junto con la nutrición molecular como soporte personalizado dentro de un tratamiento complementario, integral y multimodal en pacientes con cáncer.

3. COMPUESTOS BIOACTIVOS CON PROPIEDADES TERAPÉUTICAS EN CÁNCER

Distintos compuestos bioactivos de los alimentos han sido sugeridos como inhibidores del proceso tumorigénico o inductor de cánceres a partir de los resultados de estudios epidemiológicos que relacionaban el consumo de distintos alimentos y la incidencia de cáncer (Surh, 2003: 3; Danaei, 2005: 366). Gran interés despertaron inicialmente vitaminas y minerales como posibles agentes protectores, con énfasis en los carotenoides (destacando el beta-caroteno), las vitaminas A, D, E y C, el selenio, etcétera. Sin embargo, a pesar de las observaciones epidemiológicas y los resultados positivos obtenidos en los llamados experimentos *in vitro* realizados en el laboratorio en distintos sistemas celulares, el apremio por trasladar estos resultados a la clínica provocó una falta de estudios detallados del mecanismo de acción de estas moléculas en cada uno de los sistemas, resultando en una gran variabilidad en los ensayos clínicos a gran escala que se realizaron en los años noventa en este área (Omenn *et al.*, 1996: 88).

A pesar de ello, la gran consistencia de la relación entre el consumo de vegetales y la protección frente al cáncer ha tenido como consecuencia que muchas fuentes de origen vegetal estén siendo continuamente utilizadas para producir extractos y aislar metabolitos con el fin de analizar su potencial anticancerígeno. Entre ellas, por ejemplo, variedades de la familia Lamiaceae, como la hierbabuena (*mentha spicata*), mejorana (*oreganum majorana*), melisa (*melissa officinalis*)

o el romero (*rosmarinus officinalis*), se han destacado por su alto contenido en compuestos con actividad antioxidante, antiproliferativa, antiviral, antimicrobiana y antiinflamatoria, propiedades que pueden explicar, en parte, un efecto beneficioso de sus extractos en la inhibición del crecimiento tumoral (Romagnolo y Selmin, 2012: 31; Weng y Jen, 2012: 38). Pero es importante subrayar que cada uno de los compuestos derivados de estas especies puede tener distintos efectos según su composición concreta, determinada por su forma de extracción. También los efectos de los compuestos, bien sean compuestos naturales bioactivos o fármacos antitumorales, pueden cambiar según el tipo de tumor, ya que el cáncer en realidad comprende a más de cien patologías distintas, que comparten una serie de características comunes, pero que pueden tener evolución y respuestas diferentes a los compuestos en cada caso. Los compuestos bioactivos más estudiados son los polifenoles (entre los que se encuentran los flavonoides, como la quercetina, presente en el brócoli o los curcuminoides, como la curcumina), los terpenoides (como el ácido carnósico del romero o el licopeno, presente en el tomate), compuestos organosulfúricos (como la alicina, presente en el ajo) y fitosteroles (como es el caso del β -sitosterol, presente en nueces y cereales). En los últimos años se han desarrollado diversos estudios enfocados a la determinación de las vías moleculares moduladas por estos compuestos. La distinta modulación de sus dianas moleculares no solo explica su distinta actividad frente a los distintos tipos de tumores, sino también su interacción (positiva o negativa) con fármacos antitumorales convencionalmente utilizados, punto determinante en su posible utilización clínica (González-Vallinas, González-Castejón *et al.*, 2013).

Asimismo, es importante destacar que la creencia popular según la cual los compuestos naturales pueden ser positivos y carecen de efectos adversos, ha llevado a algunos pacientes a autoadministrarse complementos dietéticos de algunas de estas especies naturales, sin tener en cuenta su composición concreta, su forma de administración o sus efectos reales. Sin embargo, está ampliamente descrita la interacción de medicamentos y compuestos bioactivos, por lo que su administración inadecuada puede comprometer significativamente la eficacia del tratamiento antitumoral del paciente (Frenkel *et al.*, 2013: 12).

Para poder realizar una administración adecuada y efectiva es, por tanto, necesario tener en cuenta dos aspectos fundamentales. Por un lado, que los compuestos bioactivos presentes en los alimentos son moléculas químicas que ejercen efectos selectivos a través de la modulación de sus dianas moleculares. De hecho, muchos de los fármacos quimioterapéuticos actualmente utilizados en clínica derivan de compuestos bioactivos naturales². Sin duda, los compuestos bioactivos presentes en los alimentos y sus formulaciones derivadas pueden ser potentes armas en terapia antitumoral. El reto consiste en desarrollar suplementos dietéticos basados en evidencias científicas que permitan utilizarlos de forma adecuada, en subgrupos de pacientes concretos, y dentro de un plan terapéutico integral. Por tanto, para lograr la efectividad de estos compuestos, el estudio preclínico debe incluir un mecanismo molecular de acción, de forma semejante al estudio inicial que se realiza en el caso de un fármaco antitumoral, constituyendo también uno de los objetivos del estudio la determinación de la población específica en la que se debe aplicar (González-Vallinas, González-Castejón *et al.*, 2013). Solo de esta manera se podrán realizar, con altas probabilidades de éxito, ensayos clínicos dirigidos con suplementos nutricionales bioactivos. Además, la realización de estos estudios clínicos tiene que contar con la participación de los médicos oncólogos encargados del seguimiento clínico de los pacientes, para lograr determinar la eficacia real de la administración controlada de dichos suplementos.

Por otro lado, es absolutamente necesario conocer la composición exacta del producto, ya que, según la tecnología de extracción y las condiciones que se empleen, dos extractos de una misma planta pueden tener composiciones (y, por tanto, efectos moleculares) totalmente diferentes, aunque ambos podrían etiquetarse como “extracto de xxx”. En la producción de extractos de materias primas naturales es esencial aplicar tecnologías eficientes, seguras, medioambientalmente limpias y con capacidad de ser selectivas para la recuperación de los compuestos bioactivos, por lo que habría que definir no solo la composición, sino también la tecnología de extracción más adecuada para obtener el compuesto activo. Algunas de las tecnologías más

² Como es el caso de la camptotecina (de *camptotheca acuminata* *dacne*), la vinblastina y la vincristina (de *catharanthus roseus*) o el paclitaxel (de *taxus brevifolia*) (Cragg y Newman, 2009: 8).

efectivas en este campo son las de extracción con fluidos supercríticos (SFE), tecnología innovadora que ha alcanzado varias aplicaciones industriales importantes en el campo de la alimentación y de la farmacia en los últimos años (Señoráns *et al.*, 2001; Ramírez *et al.*, 2006), la extracción con líquidos presurizados (PLE) o la extracción asistida con ultrasonidos (UAE) (Azmir *et al.*, 2013), tecnologías que cumplen con los principios básicos de la llamada Química Verde, y que se presentan como alternativas eficaces y ecológicas para recuperar ingredientes bioactivos a partir de fuentes naturales. También hay que tener en cuenta que la actividad de una molécula está determinada por la cantidad que realmente llega a su lugar de acción, lo que, a su vez, viene determinado por su bioaccesibilidad a nivel gastrointestinal tras su ingesta. El medio gastrointestinal es un medio acuoso, y un número elevado de compuestos bioactivos se caracterizan por presentar una baja solubilidad en medio acuoso, lo que limita su absorción y, por tanto, su efecto (Aqil *et al.*, 2013). Para evitar que la relación ingesta/nivel en sangre sea demasiado baja, y conseguir que los compuestos activos sean absorbidos y lleguen a tener el efecto beneficioso esperado en la población, en la actualidad se están diseñando diferentes sistemas para proteger estos compuestos bioactivos (encapsulándolos o vehiculizándolos) y aumentar su solubilidad. Un ejemplo de estos sistemas de protección de los compuestos bioactivos es incluirlos en lípidos mediante la utilización de los llamados vehículos lipídicos, que, además, pueden aportar de forma complementaria otras propiedades beneficiosas para la salud (Molina *et al.*, 2013).

4. GENÉTICA Y NUTRICIÓN PERSONALIZADA EN PACIENTES ONCOLÓGICOS

Hemos comentado anteriormente que la secuenciación del genoma humano presentada oficialmente en el año 2003 tuvo como consecuencia una revolución tanto en biomedicina como en nutrición, debido a la posibilidad de conocer las variaciones genéticas que explican las diferencias de comportamiento entre los distintos individuos. La efectividad de la llamada “nutrición para la salud” se hace más tangible con la aparición de las disciplinas y tecnologías ómicas (entre ellas la genómica nutricional), puerta

a este conocimiento, comenzando la evolución hacia la nueva nutrición o nutrición molecular.

El genoma es la colección de ácido desoxirribonucleico (ADN), que contiene las instrucciones genéticas necesarias para desarrollar y dirigir las actividades del organismo. Diferencias en la secuencia de ADN no solo se manifiestan en diferencias físicas, como el color de los ojos o del pelo, sino también en la susceptibilidad o el grado de tendencia a la salud o la enfermedad, al igual que en la capacidad de responder o no a diferentes tratamientos o factores, bien sean fármacos, nutrientes o distintos agentes ambientales.

Por tanto, diferencias individuales en el genoma resultan en repuestas distintas al efecto beneficioso o perjudicial de componentes presentes en los alimentos, así como en interacciones distintas con los nutrientes y, en consecuencia, hacen que el efecto beneficioso o perjudicial de distintos componentes pueda ser potenciado, o por el contrario, inapreciable. La aplicación de las llamadas tecnologías -ómicas en esta área, generalmente referidas como genómica nutricional o nutrigenética, es esencial para identificar las repuestas individuales a la terapia antitumoral (Daimiel, Vargas y Molina, 2012).

En concreto, la genómica nutricional es la disciplina que estudia la interacción gen-dieta a nivel molecular, celular y sistémico, a escala individual o poblacional. El término genómica nutricional suele hacer referencia al conocimiento de estas interrelaciones entre los genes y los componentes de los alimentos, nutrientes, toxinas, compuestos bioactivos, etc., de forma global, incluyendo distintos factores y distintos niveles de conocimiento. Una de las principales aplicaciones de la genómica nutricional es la posibilidad de conseguir, a través de ella, una nutrición personalizada efectiva para mejorar la salud y calidad de vida de la población. Esto incluye tanto la distinta respuesta individual al efecto de suplementos bioactivos, como el estudio de la gran variabilidad en el riesgo a desarrollar cáncer, y la distinta evolución de la enfermedad en individuos ya diagnosticados, con hábitos, factores ambientales y tratamientos similares. Se ha sugerido, asimismo, la influencia de otros factores en el efecto y la eficacia de tratamientos terapéuticos en cáncer, como es el caso de la influencia de la cronobiología. En las últimas décadas se han establecido distintas asociaciones entre el ritmo biológico y la efectividad de tratamien-

tos antitumorales, implicando al reloj circadiano en el desarrollo y la evolución del cáncer (Hede, 2009). Aunque inicialmente los estudios realizados respaldaron esta implicación (por ejemplo, demostrando un incremento de efectividad del tratamiento de un 11 a un 44 por ciento, según la hora del día a la que se administraban los fármacos antitumorales), otros estudios fueron menos esperanzadores y pusieron de manifiesto una gran variabilidad, probablemente debida a la propia individualidad de la función circadiana (por ejemplo, la presencia de variaciones genéticas en los genes implicados en el ritmo biológico que determinan los ciclos de sueño-vigilia). Sin embargo, esta individualidad probablemente pueda ser más eficientemente considerada dentro de la actual tendencia de estrategias de prevención y tratamiento de enfermedades crónicas, en las que cada vez se hace más evidente la necesidad de adoptar un plan integral que contemple una estrategia "personalizada", según las características intrínsecas de cada tumor y cada paciente.

Alimentación funcional hace referencia a aquella en la que se utilizan alimentos con propiedades beneficiosas para la salud y el bienestar por su efecto en la prevención o mejora de patologías concretas (Diplock *et al.*, 1999: 81). Un alimento funcional puede ser un alimento natural, o un alimento al que se le ha añadido, modificado o quitado un componente. La nutrición utilizando alimentos funcionales constituye una prometedora estrategia de prevención de enfermedades crónicas como el cáncer. Pero para que esta estrategia sea realmente efectiva, se necesita el conocimiento y la integración de la información necesaria, al objeto de utilizar uno y otra de forma dirigida y personalizada, incluyendo información de las variantes genéticas propias de cada individuo, que le hacen más susceptible al desarrollo de determinados procesos, así como los efectos moleculares del componente funcional del alimento, y las interacciones gen-nutriente que lo hacen o no efectivo. Es decir, las características genéticas propias de cada individuo van a dar información sobre su predisposición a desarrollar una enfermedad concreta, lo que va a determinar qué tipo de alimentos y compuestos bioactivos serán los más adecuados para él o para ella. Por otro lado, el efecto molecular de cada compuesto ofrece información de cómo utilizarlo para que sea efectivo en cada caso. Por último, es necesario que profesionales de la salud integren toda esta información en recomen-

daciones individualizadas, dentro de un plan de salud personalizado, que aúne el incipiente sector del denominado “consejo nutrigenético”.

La nutrición personalizada trata de adaptar la alimentación a las necesidades individuales, en realidad refiriéndose a necesidades de grupos poblacionales con las mismas características físicas y genéticas, y puede constituir un elemento de salud clave y una prometedora estrategia de prevención, ya que está ampliamente demostrado que recomendaciones generales consideradas como saludables no constituyen realmente una técnica efectiva en la promoción de la salud pública.

Una vez diagnosticado un tipo determinado de cáncer, las alteraciones moleculares producidas en ese tipo concreto de tumor son determinantes para la elección de la terapia más adecuada. El conocimiento de los efectos moleculares de los compuestos bioactivos de los alimentos y su posible interacción con otros fármacos es esencial para poder aplicarlos como suplementos dietéticos dentro de un plan terapéutico. Por ello, la administración de suplementos dietéticos de compuestos bioactivos puede

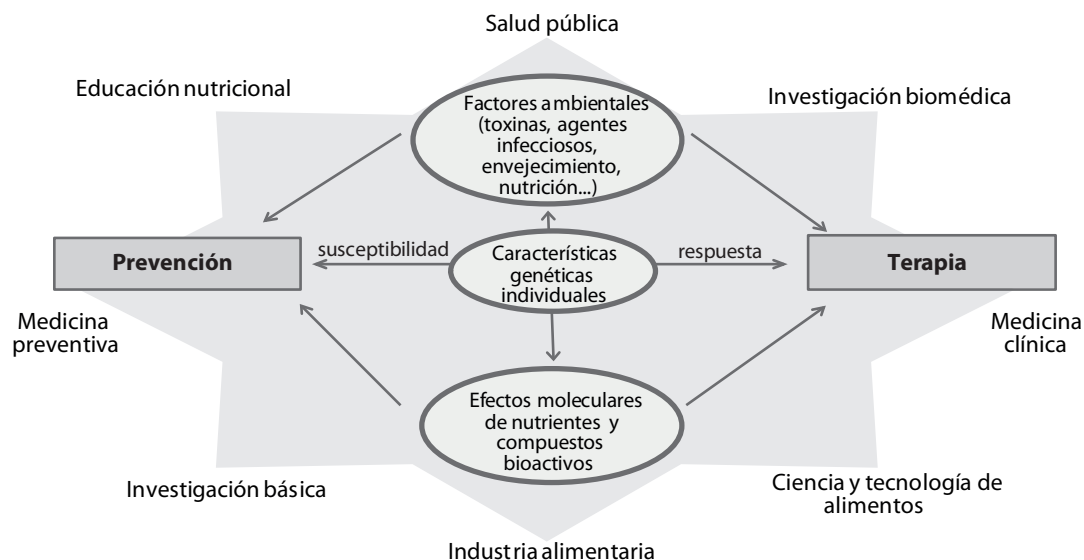
ser beneficiosa, siempre que sea estrictamente atenta al contexto terapéutico del paciente, y por tanto, prescrita y controlada por el médico especialista.

CONCLUSIONES

Sin ninguna duda, la nutrición es un elemento clave en el desarrollo y la progresión de algunas de las grandes enfermedades que padecemos en las sociedades contemporáneas, y en particular, de algunos de los tipos de cáncer más prevalentes. No obstante esta certeza, el potencial terapéutico de este factor no ha sido realmente demostrado hasta la fecha, y, probablemente, se ha visto subestimado por la falta de estudios moleculares enfocados a la determinación de su utilización de forma más efectiva. La revolución científico-tecnológica de la última década nos ha provisto de los conocimientos y la tecnología necesarios para empezar a llevar a cabo esta investigación. La nutrición para la salud puede tener una importante repercusión tanto social como económica, constituyéndose

GRÁFICO 1

INTEGRACIÓN DE CONOCIMIENTOS, SECTORES Y DISCIPLINAS PARA CONSEGUIR UNA NUTRICIÓN MOLECULAR EFECTIVA EN LA PROMOCIÓN DE LA SALUD DE LA POBLACIÓN



Fuente: Elaboración propia.

en una vía eficaz para mejorar la calidad de vida de la población, cada vez más envejecida. Sin embargo, para poder alcanzar la siguiente fase y conseguir una "nutrición médica" efectiva, es necesario realizar una investigación seria en la que, a pesar de la esperable falta de toxicidad de los compuestos bioactivos, se realicen estudios moleculares de dosis-efecto-respuesta, con el fin de identificar la forma y los sistemas más adecuados para la administración de nutrientes y suplementos dietéticos estandarizados y específicos.

Por último, para que la nutrición molecular sea una realidad y, efectivamente, constituya una nutrición personalizada para la salud, es necesario que se produzca una interacción, a distintos niveles, entre profesionales de la salud, la industria alimentaria y los consumidores (gráfico 1). Solo mediante un enfoque multi e interdisciplinar, en el que la ciencia y tecnología de los alimentos, la investigación molecular básica, la investigación biomédica traslacional y la investigación clínica vayan de la mano, lograremos realizar una promoción realmente efectiva de la salud mediante la nutrición en áreas como la prevención del cáncer y la terapia antitumoral.

BIBLIOGRAFÍA

AQIL, F.; MUNAGALA, R.; JEYABALAN, J. y M.V. VADHANAM (2013), "Bioavailability of phytochemicals and its enhancement by drug delivery systems", *Cancer Letters*, 334: 133-141.

AZMIR, J.; ZAIDUL, I.; RAHMAN, M.M. *et al.* (2013), "Techniques for extraction of bioactive compounds from plant materials: A review", *Journal of Food Engineering*, 117: 426-436.

BINGHAM, S. y E. RIBOLI (2004), "Diet and cancer – the European Prospective Investigation into Cancer and Nutrition", *Nature Reviews Cancer*, 4 (3): 206-215.

BOFFETTA, P.; HASHIBE, M.; LA VECCHIA, C.; ZATONSKI, W. y J. REHM (2006), "The burden of cancer attributable to alcohol drinking", *International Journal of Cancer*, 119 (4): 884-887.

COLLINS, F. S.; GREEN, E. D.; GUTTMACHER, A. E.; GUYER, M. S. y US NATIONAL HUMAN GENOME RESEARCH

INSTITUTE (2003), "A vision for the future of genomics research", *Nature*, 422 (6934): 835-847.

CRAGG, G. y D. NEWMAN (2009), "Nature: A vital source of leads for anticancer drug development", *Phytochemistry Reviews*, 8: 313-331.

DAIMIEL, L.; VARGAS, T. y A. RAMÍREZ DE MOLINA (2012), "Nutritional genomics for the characterization of the effect of bioactive molecules in lipid metabolism and related pathways", *Electrophoresis*, 33 (15): 2266-2289.

DANAEI, G.; VAN DER HOORN, S.; LOPEZ, A. D.; MURRAY, C. J. y M. EZZATI (2005), "Causes of cancer in the world: Comparative risk assessment of nine behavioural and environmental risk factors", *Lancet*, 366: 1784-1793.

DELANO, M.J. y L.L. MOLDAWER (2006), "The origins of cachexia in acute and chronic inflammatory diseases", *Nutrition in Clinical Practice*, 21: 68-81.

DIPLOCK, A. T.; AGGETT, P. J.; ASWELL, M. *et al.* (1999), "Scientific concepts of functional food in Europe. Consensus document", *British Journal of Nutrition*, 81: S1-27.

FERRARI, P.; JENAB, M.; NORAT, T. *et al.* (2007), "Lifetime and baseline alcohol intake and risk of colon and rectal cancers in the European Prospective Investigation into Cancer and Nutrition (EPIC)", *International Journal of Cancer*, 121 (9): 2065-2072.

FRENKEL, M.; ABRAMS, D. I.; LADAS, E. J. *et al.* (2013), "Integrating dietary supplements into cancer care", *Integrative Cancer Therapies*, 12: 369-384.

GONZÁLEZ, C. A.; PERA, G.; AGUDO, A. *et al.* (2006), "Fruit and vegetable intake and the risk of stomach and oesophagus adenocarcinoma in the European Prospective Investigation into Cancer and Nutrition (EPIC-EURGAST)", *International Journal of Cancer*, 118 (10): 2559-2566.

GONZÁLEZ-VALLINAS, M.; GONZÁLEZ-CASTEJÓN, M.; RODRÍGUEZ-CASADO, A. y A. RAMÍREZ DE MOLINA (2013), "Dietary phytochemicals in cancer prevention and therapy: A complementary approach with promising perspectives", *Nutrition Reviews*, 71 (9): 585-599.

GONZÁLEZ-VALLINAS, M.; MOLINA, S.; VICENTE, G. *et al.* (2013), "Antitumor effect of 5-fluorouracil

is enhanced by rosemary extract in both drug sensitive and resistant colon cancer cells", *Pharmacological Research*, 72: 61-68.

HEDE, K. (2009), "Cancer and the circadian clock: Has the time finally come?", *Journal of the National Cancer Institute*, 101 (8): 550-553.

INTERNATIONAL AGENCY OF RESEARCH ON CANCER (IACR) (2002), "Weigh control and physical activity", en: *IACR Handbooks of Cancer Prevention*, vol. 6, IACR Press.

KEY, T. J.; ALLEN, N.; APPLEBY, P. *et al.* (2004), "Fruits and vegetables and prostate cancer: No association among 1104 cases in a prospective study of 130544 men in the European Prospective Investigation into Cancer and Nutrition (EPIC)", *International Journal of Cancer*, 109 (1): 119-124.

LINSEISEN, J.; ROHRMANN, S.; MILLER, A.B. *et al.*, (2007), "Fruit and vegetable consumption and lung cancer risk: Updated information from the European Prospective Investigation into Cancer and Nutrition (EPIC)", *International Journal of Cancer*, 121 (5): 1103-1114.

MOLINA, S.; MORAN-VALERO, M. I.; MARTIN, D. *et al.* (2013), "Antiproliferative effect of alkylglycerols as vehicles of butyric acid on colon cancer cells", *Chemistry and Physics of Lipids*, 175: 50-56.

MULLER, M. y S. KERSTEN (2003), "Nutrigenomics: Goals and strategies", *Nature Reviews Genetics*, 4: 315-322.

MURPHY, S., y J.H. VON ROENN (2000), "Pharmacological management of anorexia and cachexia", en: McCALLUM, P. D. y C. G. POLISENA (eds.), *The Clinical Guide to Oncology Nutrition*, Chicago, The American Dietetic Association: 127-133.

NORAT, T.; BINGHAM, S.; FERRARI, P., *et al.* (2005), "Meat, fish, and colorectal cancer risk: The European Prospective Investigation into Cancer and Nutrition", *Journal of the National Cancer Institute*, 97 (12): 906-916.

OMENN G. S.; GOODMAN, G. E.; THORNQUIST, M.D., *et al.* (1996), "Risk factors for lung cancer and for intervention effects in CARET, the Beta-Carotene and Retinol Efficacy Trial", *Journal of the National Cancer Institute*, 88: 1550-1559.

OMS (2003), *Dieta, nutrición y prevención de enfermedades crónicas*, Serie de Informes Técnicos, 916, Ginebra, Organización Mundial de la Salud.

PISCHON, T.; LAHMANN, P. H.; BOEING, H. *et al.* (2006), "Body size and risk of colon and rectal cancer in the European Prospective Investigation into Cancer and Nutrition (EPIC)", *Journal of the National Cancer Institute*, 98 (13): 920-931.

RAMÍREZ, P.; GARCÍA-RISCO, M. R.; SANTOYO, S.; SEÑORÁNS, F. J.; IBÁÑEZ, E. y G. REGLERO (2006), "Isolation of functional ingredients from rosemary by preparative-supercritical fluid chromatography (Prep-SFC)", *Journal of Pharmaceutical and Biomedical Analysis*, 41 (5): 1606-1613.

ROMAGNOLO, D. F. y O.I. SELMIN (2012), "Flavonoids and cancer prevention: A review of the evidence", *Journal of Nutrition in Gerontology and Geriatrics*, 31: 206-238.

SANDHU, M. S.; WHITE, I. R. y K. MCPHERSON (2001), "Systematic review of the prospective cohort studies on meat consumption and colorectal cancer risk: A meta-analytical approach", *Cancer Epidemiology, Biomarkers and Prevention*, 10 (5): 439-446.

SANZ ORTIZ, J.; MORENO NOGUEIRA, J.A. y A. GARCÍA DE LORENZO Y MATEOS (2008), "Protein energy malnutrition (PEM) in cancer patients", *Clinical and Translational Oncology*, 10: 579-582.

SEÑORÁNS, F. J.; RUIZ-RODRÍGUEZ, A.; IBÁÑEZ, E.; TABERA, J. y G. REGLERO (2001), "Countercurrent supercritical fluid extraction and fractionation of alcoholic beverages", *Journal of Agricultural and Food Chemistry*, 49 (4): 1895-1899.

SURH, Y.J. (2003), "Cancer chemoprevention with dietary phytochemicals", *Nature Reviews Cancer*, 3, 768-780.

VAN GILS, C. H.; PEETERS, P. H.; BUENO-DE-MESQUITA, H. B. *et al.* (2005), "Consumption of vegetables and fruits and risk of breast cancer", *Journal of the American Medical Association*, 293 (2): 183-93.

WENG C. J. y G.C. YEN (2012), "Chemo-preventive effects of dietary phytochemicals against cancer invasion and metastasis: Phenolic acids, monophenol, polyphenol, and their derivatives", *Cancer Treatment Reviews*, 38: 76-87.

WITHAM G. (2013), "Nutrition and cancer: Issues related to treatment and survivorship", *British Journal of Community Nursing*, 18, S20-24.

WORLD CANCER RESEARCH FUND y AMERICAN INVESTIGATION OF CANCER RESEARCH (1997), *Food, Nutrition, and the Prevention of Cancer: A Global Perspective*, BANTA Book Group, Menasha.



PANORAMA SOCIAL

Números publicados

2005

- N.º 1. España 2005: Debates y procesos sociales
- N.º 2. Dependencia y autonomía personal: Dilemas y compromisos

2006

- N.º 3. Infancia y juventud: Nuevas condiciones, nuevas oportunidades
- N.º 4. Envejecimiento y pensiones: La reforma permanente

2007

- N.º 5. El medio ambiente a principios del siglo XXI: ¿Crisis o adaptación?
- N.º 6. La reforma de la Universidad: Vectores de cambio

2008

- N.º 7. Las claves de la sanidad futura: Investigación y gestión
- N.º 8. Inmigrantes en España: Participación y convivencia

2009

- N.º 9. Tercer Sector y voluntariado
- N.º 10. Familias en transformación

2010

- N.º 11. Envejecimiento, adaptación y cambio social
- N.º 12. Empleo, desempleo y pobreza

2011

- N.º 13. Retos actuales de la sociedad española
- N.º 14. El ocio de los españoles



PANORAMA SOCIAL

Números publicados

2012

N.º 15. Generaciones y relaciones intergeneracionales

N.º 16. Imagen y presencia exterior de España

2013

N.º 17. La ciudadanía europea en la encrucijada

N.º 18. Las nuevas tecnologías y su impacto social

PUBLICACIONES DE LA FUNDACIÓN DE LAS CAJAS DE AHORROS

Últimos números publicados:

PAPELES DE ECONOMÍA ESPAÑOLA

N.º 139. La fiscalidad en España: problemas, retos y propuestas

N.º 140. La política monetaria tras la Gran Recesión

PANORAMA SOCIAL

N.º 17. La ciudadanía europea en la encrucijada

N.º 18. Las nuevas tecnologías y su impacto social

CUADERNOS DE INFORMACIÓN ECONÓMICA

N.º 240. La consolidación fiscal en el horizonte 2017

N.º 241. La demanda nacional impulsa la recuperación económica

SPANISH ECONOMIC AND FINANCIAL OUTLOOK

Vol. 3, N.º 3 (2014). Spain's Debt Dynamics and Impact on the Banking Sector

Vol. 3, N.º 4 (2014). The role of domestic demand in Spain's recovery

ESTUDIOS DE LA FUNDACIÓN

N.º 67. Las claves del crédito bancario tras la crisis

N.º 68. Entre desequilibrios y reformas. Economía política, sociedad y cultura entre dos siglos

PRECIO DE LAS PUBLICACIONES

AÑO 2014

Publicación	Suscripción			Números sueltos	
	Suscripción anual	Edición papel €	Edición digital €	Edición papel €	Edición digital €
Papeles de Economía Española	4 números	50	30	15	12
Cuadernos de Información Económica	6 números	40	Gratuita	10	--
Panorama Social	2 números	20	Gratuita	13	--
Spanish Economic and Financial Outlook	6 números	30	Gratuita		
Focus	6 números	--	Gratuita		
Estudios (números sueltos)	--	--	--	12	9
Los precios incluyen el IVA. No incluyen los gastos de envío.					

SUSCRIPCIÓN Y PEDIDOS

INTERNET: <http://www.funcas.es/Publicaciones/Publicaciones.aspx?Id=0>

E-MAIL: publica@funcas.es

Pedidos e información:

FUNDACIÓN DE LAS CAJAS DE AHORROS

Caballero de Gracia, 28

28013 Madrid

Teléfono: 91 596 57 18

Fax: 91 596 57 96

publica@funcas.es

www.funcas.es

P.V.P.: Edición Papel, 13 € (IVA incluido)
Edición Digital, gratuita

ISSN 1699 - 6852



9771699685007