

IDENTIDADES ALIMENTARIAS EN UN MUNDO CAMBIANTE

Claret Castellanos*

RESUMEN

En el presente artículo se hace un estudio de la identidad alimentaria en relación con la mundialización, la clase social y el cuerpo. Se analizan los cambios en las prácticas y representaciones alimenticias generados por la industrialización, el mercado y la publicidad, finalizando con una disertación acerca de la construcción de las identidades alimentarias en el contexto de la globalización.

Palabras clave: *Identidad, clase social, cuerpo y homogeneización alimentaria.*

FOOD IDENTITIES IN A CHANGING WORLD

ABSTRAC

In the present article is made a study of food identity in relation to globalization, social class and the body. This paper analyzes the changes in dietary practices and representations generated by industrialization.

* Profesora Instructora a Dedicación Exclusiva en la Universidad de Los Andes Núcleo "Rafael Rangel". Politóloga. Magister en Etnología y Tesista del Doctorado de Antropología en la ULA-Mérida. Miembro del Centro Regional de Investigación Humanística, Económica y Social (CRIHES). Investigadora tipo A del PEII-ONCTI y PEI-ULA. E-mail: giordanaca@hotmail.com

Recibido: 21/09/2015

Aprobado: 02/12/2015

zation, market and advertising, finishing with a dissertation about the construction of food identities in the context of globalization.

Key words: *identity, social class, body and food homogenization.*

Introducción

La identidad sociocultural generalmente se ha entendido como la percepción que un grupo tiene de sí mismo, de lo que es y de lo que son los “otros”, percepción que se basa en costumbres, hábitos, valores, normas y símbolos compartidos, a partir de los cuales las personas establecen vínculos de pertenencia hacia dentro con el grupo y de distinción hacia fuera con los otros. La complejidad de la vida urbana ha hecho que los individuos estén marcados por un abanico de identidades, que pueden ir desde la pertenencia a un grupo político, religioso, institución, vecindario, gremio hasta una minoría étnica dentro de una sociedad nacional. En virtud de ello, la mayoría de las veces las personas negocian sus identidades, apegándose más a una que a otra según las circunstancias, así en algunos casos influirán aspectos macro como el idioma o la nación, en otros aspectos medios como la pertenencia a una clase social o ciudad y, en determinados contextos aspectos micro como los vínculos de parentesco o localidad.

De la misma manera, la identidad varía según se trate de una sociedad tradicional o moderna. En las sociedades tradicionales la identidad está claramente definida por el pasado y las personas habitualmente se comportan de forma similar y predecible, ajustándose a lo que dictamina la cultura, de allí su carácter homogéneo. Al contrario, en la sociedad moderna la identidad se presenta como un fenómeno heteróclito, modelada por los acelerados cambios tecnológicos, económicos, culturales y científicos que generan una multiplicidad de identidades flexibles, fraccionadas y discordantes, que muchas veces puede derivar en una “crisis de la identidad”.

En tal sentido, el ropaje sociocultural sobre el cual las personas edifican su identidad se modifica según las modas y las nuevas tendencias, desechándose una tras otra como si se tratara de un proyecto en

constante construcción. De allí que en la actualidad, hablar de identidad sociocultural exija considerar la pluralidad de valores que cruzan a la sociedad moderna, con base en las cuales se entretajan representaciones y prácticas que reafirman los lazos de pertenencia y le dan significado a las experiencias y relaciones que definen a los individuos, grupos y sociedades.

Ahora bien, si la identidad remite al conglomerado de individuos y grupos que, en medio de la diversidad guardan elementos comunes (lengua, estética, símbolos, imaginario social, e interpretación del mundo) con base en los cuales se reconocen como miembros de una misma sociedad, de igual modo un “determinado número de ‘marcadores’ afirman la identidad alimentaria, sellan muy férreamente la pertenencia culinaria a un territorio” (Fischler, 2010:194). Marcadores que aglutinados geográficamente dentro de las fronteras políticas de un país constituyen una “cocina nacional”, abarcando las particularidades de los sectores sociales o pequeños poblados que lo integran.

En ocasiones, esa identidad culinaria es percibida con tanta familiaridad que se llega a creer que es la forma “correcta” o “universal” de comer, a tal punto que no se cuestiona ni se reflexiona mucho sobre ella, salvo cuando se entra en contacto con otras culturas cuyas costumbres difieren de las propias (Contreras, 2014). Lo que evidencia que el gusto

... es aprendido, no es innato, pero profundamente arraigado por lo que nos parece una “segunda naturaleza”. A pesar de que nuestros gustos se han aprendido o se han moldeado desde la infancia, se han llegado a sentir “natural” o innatos a nosotros, por lo que a menudo nos resulta difícil imaginar sensaciones diferentes a las de nuestros gustos y aversiones (Mennell, 2005:23).

Sucede pues, que la identidad gustativa refleja la pertenencia hacia una cultura alimenticia y ulteriormente hacia una nación, a través de productos, formas de preparación, momentos familiares, afectos y lugares a los que ella remite. Elementos que perduran en los individuos aun cuando hayan dejado su tierra de origen, evocando ese mundo del que ya no son parte por medio de alimentos y platos con gran valor simbó-

lico, tal como pasa con “distintos productos latinoamericanos en Estados Unidos. En dichos casos el consumidor paga precios relativamente elevados por comerse un pedacito de su pueblo, de su país” (Muchnik, 2006:10). De allí que, cuando se come no sólo se nutre al organismo sino también a la identidad, reafirmando la pertenencia a un grupo, a través de alimentos que son

... portadores de sentido, y este sentido les permite ejercer efectos simbólicos y reales, individuales y sociales. El tomate y el caviar, de manera muy diferente, nutren ambos tanto a lo imaginario como al cuerpo. Permiten “construir” y poner en escena la realidad y las relaciones sociales. Se utilizan según representaciones y usos que son compartidos por los miembros de una clase, de un grupo, de una cultura (Fischler, 1995:80).

No obstante, como ya se mencionó, la identidad nunca se presenta de forma estática, uniforme y acabada, por el contrario, dinámica, múltiple e inconclusa, en la medida en que los individuos o las sociedades al vivir nuevas experiencias las integran de maneras diversas a través de los procesos de enculturación, lo que va transformando progresivamente sus costumbres e identidades. De hecho, “Nada en la alimentación humana, en realidad, puede escapar a fin de cuentas a la lógica del cambio y de la sustitución” (Fischler, 1995:151).

Más aún en un mundo en el que los intercambios de productos, maneras de preparar los alimentos y hábitos asociados a su consumo se dan de forma tan acelerada que contrasta con el ritmo tradicional del pasado. Si antes la alimentación se estructuraba sobre la base de reglas bien definidas, en palabras de Fischler (2010) gastro-nomía, hoy esas reglas ceden frente a los cambios globales, lo que denomina gastro-anomía. En virtud de ello,

La regularidad, la composición y el desarrollo de las comidas parecen evolucionar en el sentido de una mayor flexibilidad: el número semanal de las comidas “omitidas”, la frecuencia de la supresión de un plato en una comida, la

simplificación de la cena, la irregularidad de los horarios, se consideran... indicadores [de ello] (1995:207).

Para Fischler (1995) esta desestructuración viene acompañada de mucha incertidumbre, toda vez que múltiples nociones contradictorias entre sí, que van desde las costumbres tradicionales que aún perviven, hasta la medicalización, la publicidad, el mercado, entre otros, generan una “cacofonía” de criterios alimenticios a partir de los cuales los comensales organizan sus patrones de consumo.

Alimentación e Identidad

Los alimentos juegan un papel importante en la conformación de la identidad de los pueblos, así, al hablar de la cocina de una región se habla de los valores, símbolos e historias que dan cuenta de su cultura. Por medio de los alimentos un grupo étnico o social comparte lazos que los une y diferencia de los demás, de esta manera la cocina cumple una doble función, marca la distinción hacia fuera en relación con los “otros” y hacia dentro la pertenencia a un mismo grupo. Esto es así en la medida en que la cocina además de ser “un conjunto de ingredientes y técnicas utilizadas en la preparación de la comida”, es también y fundamentalmente, un mundo de prácticas y representaciones simbólicas propias de una cultura (Fischler, 1995:34).

Desde esta perspectiva, una cultura alimenticia puede reflejar las contradicciones históricas entre las fuerzas de la tradición y los valores de un mundo emergente, bien a través de la implantación de una sociedad colonial, de las mezclas y reconfiguraciones culturales y de la homogenización global. Situaciones que en definitiva dan lugar a relaciones socioculturales que modelan la identidad de los pueblos.

Así, por ejemplo, Pilcher sostiene que “la creación de una cocina nacional mexicana fue un proceso largo y reñido, tal como lo fue la definición misma de la nación mexicana” (2001:15). La introducción del trigo por parte de los colonizadores europeos hizo del maíz un símbolo de identidad indígena, lo que no ocurría previo a la conquista y colonización, pues se trataba de un alimento de uso común en su gastronomía. El autor señala que los indígenas que se iban a vivir a la ciudad,

al cambiar su vestimenta y sustituir el consumo de maíz por trigo, les indicaban a los “otros” que habían dejado de serlo. Comportamientos promovidos desde las esferas del poder y justificados por una supuesta superioridad de la cultura europea, que al mismo tiempo suscitaba la idea en los grupos nativos de “vergüenza étnica”. En efecto,

A comienzos del siglo XX las élites mexicanas lanzaron un ataque contra el maíz, al que consideraban responsable del fracaso de todas las campañas nacionales de desarrollo. Los intelectuales, armados de explicaciones espurias de la flamante ciencia de la nutrición, sostenían que el maíz era inherentemente inferior al trigo, y que el progreso sólo sería posible si el gobierno lograba desacostumbrar a los indios del maíz y enseñarles a comer el grano europeo (p.16).

Estas políticas se convirtieron en un denominador común en toda América Latina, en la que las mezclas culturales, algunas veces forjadas en la imposición y otras asumidas espontáneamente, dieron como resultado un sincretismo de prácticas alimenticias que hoy se expresan en una variedad de alimentos, preparaciones, combinaciones, nombres, usos y menús a lo largo de toda la región. Sin embargo, en la actualidad esa cocina regional no escapa a la dinámica de la producción agroindustrial, la homologación de normas alimenticias a nivel mundial, la homogeneización de productos y comidas en el contexto del mercado global, el uso de alimentos modificados en su composición nutricional y características organolépticas, lo que en lugar de remitir a una tradición culinaria da cuenta del avance científico y tecnológico aplicado al diseño de alimentos en laboratorios (Contreras, 2014). Desde esta perspectiva, “la identificación de los alimentos ya nos refiere a una identidad de carácter universal, globalizada sino a cada cultura en particular” (p. 33).

Ahora bien, pese al entrecruzamiento de productos, imágenes, creencias e intereses que impactan las fronteras culturales de los pueblos y resignifican sus costumbres, los alimentos siguen siendo portadores de identidad, de pertenencia y diferenciación entre grupos. De allí que, la inserción de nuevas comidas y productos alimenticios en una sociedad no se hace fuera de su marco cultural, por el contrario se

incorporan a su lógica culinaria, aumentando así las posibilidades para su apropiación.

En otras palabras, un alimento puede ser admitido con mayor facilidad si se integra a las preferencias gustativas con las que están culturalmente relacionadas las personas (Fischler, 1996; Watson, 1997). Prueba de ello son los estudios socio-antropológicos de mercado, llevados a cabo por algunas empresas con el fin de determinar los perfiles alimenticios antes de ofrecer sus productos, tal como lo hace McDonald's, que

... aun siendo el primer restaurante mundial y la imagen misma de la homogeneización, se ha visto obligado a tener en cuenta este tipo de particularidades a la hora de introducirse en las diferentes culturas alimentarias del planeta, estableciendo estrategias de micro diversificación para adaptarse a los gustos de los mercados locales (Gracia, 2005:170).

Junto a estos procesos han surgido movimientos de resistencia hacia la globalización alimentaria, que plantean un rescate de la producción local y de la cocina tradicional como una forma de revalorizar la diversidad cultural. De esta manera, al reivindicar la producción y platos propios de una región se estaría defendiendo la historia y riqueza cultural de la humanidad. En correspondencia con esto se han planteado iniciativas por parte de academias, gobiernos, organizaciones internacionales y ONGs para que comidas locales o regionales alcancen la calificación de "patrimonio cultural". También se da el

... interés de los productores por el logro de 'denominaciones de origen', 'denominaciones de calidad', 'denominaciones comarcales', ya no sólo relativa a los grandes vinos, sino, también a los quesos, embutidos, variedades de legumbres y vegetales, carnes, etc. Se trata de una respuesta comercial defensiva de los pequeños productores, que amparándose en la 'tradicición', la 'calidad' y lo 'conocido', lo 'artesanal', lo 'casero', el 'sabor', pretenden concurrir en un mercado cada vez más monopolizado por las grandes marcas industriales y por los grandes distribuidores (Contreras, 2000:29).

Clase Social e Identidad Alimentaria

Entre los diversos aspectos que influyen en la formación de las identidades alimentarias la variable clase social constituye uno de los más importantes. Según la clase, las personas tendrán determinadas preferencias y actitudes alimenticias, sirviendo al mismo tiempo de indicador de las diferencias sociales. Si bien autores como Goody (1995) consideran que las diferencias de clase siguen influyendo en los hábitos alimenticios, advierten que establecer una jerarquía distintiva de las preferencias gustativas con base exclusivamente en la clase social ocultaría la diversidad de tendencias y variables que participan en su configuración.

De hecho, a partir de la segunda mitad del siglo XX la producción agroindustrial puso a disposición de los países industrializados y de los menos industrializados una mayor cantidad y variedad de alimentos a un precio relativamente accesible. Oferta que según Goody (1995) “tiende a reducir las diferencias dentro de y entre sistemas socioculturales... [toda vez que] el objetivo de los fabricantes es alcanzar una distribución tan amplia y estandarizada como sea posible” (p. 245). Lo que ha permitido que en cualquier parte del mundo se encuentre el mismo tipo de alimento, traspasando las fronteras geográficas, culturales y de clase, pues en principio no va dirigido exclusivamente a un grupo étnico o sector social en particular sino a todos los segmentos sociales, independientemente de su cultura, poder adquisitivo o país. Aun así, más allá de las pretensiones homogeneizadoras del mercado global, esa disponibilidad no se ha dado por igual para todos los consumidores, en la medida en que las desigualdades socioeconómicas siguen jugando un papel fundamental en la capacidad de elección y por ende en la calidad y número de los alimentos ingeridos.

De la misma manera, Fischler (2010) afirma que en la actualidad los gustos alimenticios aún son guiados por la clase a la que se pertenece, sin embargo, dentro de la multiplicidad de posiciones y roles en las complejas sociedades modernas, también le da importancia a otros elementos como el género, la edad, la etnia, la religión, la ocupación, etc. Al ampliar la gama de variables no le resta peso a la clase social, sino que reconoce la participación de otras como la biocultural, que

influye en los comportamientos alimenticios más allá de los determinismos económicos.

Por su parte, Bourdieu (1988) sostiene que la alimentación opera como un rasgo diferenciador de los estilos de vida entre una clase y otra, para él los hábitos alimenticios actúan como indicadores del estatus social, por lo que establece vínculos entre los gustos alimenticios, la clase y el ideal corporal que promueve la sociedad (1986; 1988). Plantea una distinción entre “gustos de lujo” y “gustos de necesidad”, relacionando los primeros con los sectores opulentos y los segundos con los sectores populares, diferenciación que se extiende a las reglas que determinan el comportamiento y el consumo (la forma de servir la comida, el lugar, el tipo de mantel, la vajilla, la escenografía de la mesa, entre otros.). En los gustos de lujo estos comportamientos están orientados por protocolos sociales, mientras que en los gustos de necesidad no existen protocolos o no son tan rígidos, manifestándose en actuaciones flexibles o distendidas. El gusto de lujo está asociado a la idea de libertad, mientras que el gusto de necesidad está limitado a lo que le ofrece la realidad y la capacidad adquisitiva (Bourdieu, 1988).

En todo caso, a pesar de las múltiples variables que entran en juego en las preferencias alimenticias, se puede afirmar que mientras exista inequidad social habrá inequidad alimentaria, puesto que el poder adquisitivo condiciona el acceso a ciertos tipos de alimentos. Se entiende entonces, que muchos comportamientos alimenticios en el seno de la familia están orientados por la condición de clase, así, familias con bajos ingresos buscan alargar el dinero a través de distintas maniobras, por ejemplo, no hacen grandes compras para abastecerse por semanas sino para el consumo diario, con la intención de aprovechar ofertas en los precios o adquirir alimentos menos frescos y por tanto más económicos. Habitualmente, en los sectores de bajos recursos las personas encargadas de la cocina procuran imponer en el hogar una misma comida para todos, haciendo esfuerzos en la medida de lo posible por mantenerse dentro de la cultura de consumo y no ser percibidos como desviados del patrón alimentario establecido (Beardsworth y Keil, 1997).

Al respecto, en sus investigaciones acerca de los significados culturales de los alimentos en los distintos estratos sociales en Ciudad

de México, Bertran (2005) señala que además de otros criterios el socioeconómico juega un rol importante en la asignación de valores a las comidas y por ende en la conformación de hábitos culinarios. Encontró, por ejemplo, que el prestigio asignado a los alimentos varía según la clase, alimentos apreciados por las clases bajas pueden ser corrientes en las altas. De igual manera, los estratos medios y altos consideran “alimentos saludables” aquellas comidas que tienen un mayor contenido nutritivo, más frescas o menos procesadas y que ayudan a mantener la imagen corporal; mientras que para los estratos bajos los criterios de escogencia de los “alimentos saludables” están guiados por la higiene, con preferencia hacia los alimentos herméticos (empacados o enlatados) y los que permiten alcanzar la saciedad.

Asimismo, Bertran (2005) sostiene que las sociedades que transitan de la escasez a la abundancia y variedad de alimentos, pueden ver alterados sus comportamientos alimenticios, tal como sucede en las familias que han vivido situaciones de insuficiencia en las primeras etapas de vida, al registrar un aumento en la oferta de alimentos aparejado de una mejora en la renta per cápita cambian sus hábitos. En este contexto, se comprende que el consumo exagerado está asociado a un sentido de la oportunidad generado por la anterior condición de escasez, que no permite visualizar la abundancia como una situación estable y permanente, lo que explica en gran medida el aumento de la obesidad en todo el grupo familiar. “El hambre que sufrieron unas generaciones condiciona los hábitos alimentarios tanto de ellas como de las siguientes generaciones” (2005:231). Esto se observa también en los puertorriqueños que han emigrado a Estados Unidos, al experimentar un aumento del poder adquisitivo en medio de una sociedad de consumo, terminan registrando altos índices de obesidad, debido a un persistente miedo residual al hambre (Messer, 1995).

Cuerpo e Identidad Alimentaria

La identidad alude no sólo a lo que las personas o grupos creen o piensan de sí mismos, sino también a la noción que los otros se forman de ellos. En este sentido, el cuerpo como un rasgo fundamental de la identidad individual, se ha convertido en el reflejo de la imagen que se desea proyectar. Así,

La imagen física de un individuo acaba viéndose acompañada de connotaciones morales, muy particularmente de las relacionadas con el autocontrol. Un cuerpo voluminoso representa en la mayor parte de las sociedades modernas occidentales pobreza, enfermedad y bajo estatus socioeconómico, justo lo contrario que en el pasado. En cambio, un cuerpo esbelto simboliza un ejercicio de escultura para acercarse a un modelo ideal y mostrar, al mismo tiempo, un elevado grado de disciplina y autocontrol (Moncusí, 2012:243).

Por su parte, Featherstone (2000) sostiene que a lo largo del siglo XX la exacerbada preocupación por el cuerpo ha centrado el interés en el tipo y calidad de alimento que se ingiere, en la práctica de ejercicios, en el cuidado estético y en los atuendos de moda. El cuerpo visualizado como parte del yo, de la personalidad, de la imagen que se proyecta, ya no viene definido por la naturaleza, por el contrario, está sujeto a cambios permanentes según las apetencias de los individuos. Para el autor el autocuidado del cuerpo no obedece sólo a cuestiones de salud, sino también a la idea de felicidad que se entrelaza con la noción de belleza que dictamina la sociedad de consumo.

Ahora bien, el ideal de un cuerpo delgado, esbelto y vigoroso y la carga de valores asociados a él, es principalmente una construcción social condicionada por los discursos de la medicalización, la publicidad y el mercado. En la búsqueda de esa imagen deseada, como señala Fischler (1995), el único límite es la delgadez, lo que lleva a las personas a modificar su dieta generando en muchos casos fobias a determinados alimentos. Por ejemplo, en las sociedades occidentales se ha desarrollado en las últimas décadas lo que el autor ha denominado "lipofobia".

Dentro de este contexto, las contradicciones entre el bombardeo publicitario de las grandes empresas alimentarias que promueven el consumo de sus productos y la medicalización de la alimentación que advierte sobre los riesgos de los hábitos alimenticios poco saludables, los consumidores se debaten entre los excesos y las restricciones, los placeres y las disciplinas, que en determinadas situaciones pueden conducir a trastornos de comportamiento alimentario (TCA). Ciertamente,

La raíz cultural de la enfermedad vendría de la mano de dos aspectos muy vinculados con el patrón cultural femenino y la relación entre alimentación e imagen corporal. En primer lugar, en el siglo XX se contraponen un modelo corporal femenino primero de curvas sinuosas y después sin ellas, con piernas largas, vientre plano y pecho alto; un cuerpo delgado objeto de culto y de cultivo activo. Un segundo factor sería la persecución de las grasas (y, en especial, de su manifestación en forma de sobrepeso y obesidad) (Moncusí, 2012: 236).

Visto de esta manera, comportamientos alimenticios como ayunos prolongados, restricción de nutrientes en la dieta, saltarse comidas, purgas constantes, entre otros, llevados a cabo con el fin de alcanzar el cuerpo deseado, pasan desapercibidos ante la sociedad como comportamientos anormales aun cuando están claramente identificados por la biomedicina como TCA (Moncusí, 2012). Desde las ciencias sociales se ha intentado comprender este fenómeno, observándose en todos las disertaciones, como señala Moncusí, una constante en el vínculo entre el individuo y su entorno, individuo sometido a las presiones del mercado y la medicalización, en la medida en que “ambos configuran condiciones particulares para la socialización de los sujetos y sus opciones de imaginar un mundo con sentido...de las cuales es difícil dudar y a las que es complicado contrarrestar” (p.237).

CONCLUSIÓN

En el marco de la producción agroindustrial, la homogenización de hábitos y la estandarización de productos a nivel mundial, el proceso alimenticio ha adquirido nuevas connotaciones, ya no está ligado como antaño a una festividad religiosa, reunión familiar, prestigio social o celebración de un acontecimiento histórico de una nación, sino también a la clase social, a las ocupaciones laborales, a la proyección de un cuerpo esbelto, a la salud, al género, a los grupos etarios, entre otros. En medio de estos cambios se entremezclan tradición y modernidad, algunas veces de forma contradictoria y otras armoniosas, resignificando las preferencias y comportamientos alimenticios y haciendo que “la alimentación [sea], cada vez menos, algo que se herede desde la infan-

cia o se imponga mediante mecanismos propios de una ‘cultura local’ (Contreras, 2014: 44).

Siendo así, pudiera pensarse que la alimentación se aleja cada vez más de los referentes culturales tradicionales que estructuraban sus representaciones y comportamientos y que le daban sentido a las identidades alimentarias de los pueblos, acercándose más a un modo de alimentación flexible y desestructurado (Fischler, 1995), dejando de ser una práctica central que reúne al grupo, para ser un acto que se realiza muchas veces en solitario, determinado por las múltiples ocupaciones de los individuos en la sociedad moderna, la pluralidad de gustos y platos ofertados en el mercado. Así, los criterios que otrora guiaban las elecciones y comportamientos alimentarios de los individuos van cediendo ante los discursos de la ciencia, la tecnología y el marketing. Discursos que ganan espacio en la conformación de las identidades individuales y colectivas, que desde la idea de un sujeto autónomo, librado de los estreñimientos de las instituciones sociales, hace de su identidad un proyecto inacabado (Giddens, 1996).

Ahora bien, frente a este panorama cabe preguntarse si la identidad alimentaria seguirá remitiendo a una cultura particular, a un grupo étnico, a un territorio o a una nación. Más allá de las posiciones opuestas que propugnan por un lado, una diversidad de la cultura alimenticia que se refleja en el acceso a una gran variedad de comidas, productos, ingredientes y preparaciones de cocinas de distintos países y regiones y por el otro, una homogeneización de platos, usos y consumos que oculta la verdadera riqueza culinaria de los pueblos al reducirla a un número de platos representativos, pudiera pensarse que el retroceso de la tradición y lo colectivo tras el avance de la globalización y el individualismo en la modernidad tardía, han dejado a los pueblos desprovistos de referentes, como si se tratara de un vacío cultural que sume a los individuos en un limbo identitario.

Sin embargo, nada más distante de eso, pues si bien el sincretismo de discursos hace de la identidad una “construcción permanente”, el hombre en su condición gregaria vive y se alimenta culturalmente de su comunidad, de su espacio local, a partir del cual estructura su mundo de representaciones. Siguiendo a Maffesoli, “El tribalismo nos re-

cuerda, empíricamente, la importancia del sentimiento de pertenencia, a un lugar, a un grupo, como fundamento esencial de toda vida social” (2004:32).

De cualquier manera, en medio de la complejidad y diversidad de estos tiempos, el alimento sigue cumpliendo su función social y simbólica de unir en un “nosotros”, en una identidad común, aun cuando esas identidades y los grupos a los que remite son diversos. Asimismo, pese a la penetración del discurso de la globalización, en las comunidades locales las particularidades siguen ejerciendo una influencia en los individuos y en el resto de la sociedad.

En medio de este forcejeo entre lo local y lo global, entre lo diverso y lo homogéneo, entre lo tradicional y lo moderno, entre lo individual y lo grupal, entre la equidad y las clases sociales, entre lo nutricional y lo culinario, la identidad alimentaria se convierte, como señala Contreras (2000), en un proyecto de múltiples caminos que se edifica entre los momentos en los que se ingieren alimentos con un fin exclusivamente nutricional y otros en los que se refuerzan las identidades, se socializa y satisface el paladar, buscando los sabores perdidos en preparaciones tradicionales que reafirman los vínculos afectivos de pertenencia a una familia o grupo social, pese a la comodidad que ofrece el desarrollo tecnológico y la homogeneización de las prácticas alimentarias. En cualquier caso, la relación del hombre con su alimento no se reduce a una necesidad fisiológica, así como los alimentos no expresan un significado por sí mismos, válido universalmente, los requerimientos nutricionales como el valor de los alimentos están modelados culturalmente, de allí que pese a la modernidad y la globalización cada sociedad sigue manteniendo una forma particular de alimentarse.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Beardsworth, A. y Keil, T. (1997). *Sociología en el menú: Una invitación al estudio de la alimentación y sociedad*. London: Routledge.

Bertran, M. (2005). *Cambio alimentario e identidad de los indígenas mexicanos*. México: UNAM.

Bourdieu, P. (1986). Notas provisionales sobre la percepción social del cuerpo. En: F. Alvares-Uría y J. Varela (eds.), *Materiales de Sociología Crítica* (pp.183-194). Madrid: La Piqueta.

_____. (1988). *La distinción: Criterios y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.

Contreras, J. (2000). Cambios sociales y cambios en los comportamientos alimentarios en la España de la segunda mitad del siglo XX. *Zainak*, 20, 17-33.

_____. (2014). ¿Seguimos siendo lo que comemos? [Documento en línea] Ponencia presentada en la Asociación Fray Roger, Gastronomía y Cultura, Maó. Disponible: <http://gastronomiamenorquina.com/wp-content/uploads/Seguirem-sent-el-que-mengem-Jesus-Contreras.pdf> [Consulta: 2014, Junio 18].

Featherstone, M. (2000). *Cultura del consumo y posmodernismo*. Buenos Aires: Amorrortu.

Fischler, C. (1996). La macdonalisation des moeurs. En J.L. Flandrin y M. Montanari (eds.), *Histoire de l'alimentation*. Paris: Fayard.

_____. (1995). *El (h) omnívoro*. Barcelona: Anagrama.

_____. (2010). Gastro-nomía y gastro-anomía. Sabiduría del cuerpo y crisis biocultural de la alimentación moderna. *Gazeta de Antropología* [Revista en línea], 26(1). Disponible: <http://hdl.handle.net/10481/6789> [Consulta: 2013, Julio 18].

Gracia, M. (2005). Maneras de comer hoy. Comprender la modernidad alimentaria desde y más allá de las normas. *Revista Internacional de Sociología*. 40, 159-182.

Giddens, A. (1996). *Las consecuencias perversas de la modernidad*. Barcelona: Anthropos.

Goody, J. (1995). *Cocina, cuisine y clase: Estudio de sociología comparada*. España: Gedisa.

Maffesoli, M. (2004). *El tiempo de las tribus. El ocaso del individualismo en las sociedades posmodernas*. México: Siglo XXI

Mennell, S. (2005). Taste, culture and history. *Petits Propos Culinaires*, 78, 23-31.

Messer, E. (1995). Perspectivas antropológicas sobre la dieta. En J. Contreras (Comp.), *Alimentación y cultura: Necesidades, gustos y costumbres* (pp. 26-80). Barcelona: Universitat de Barcelona.

Moncusí, A. (2012). Los TCA como construcción sociocultural. En: M. Gracia (Ed.), *Alimentación, salud y cultura: encuentros interdisciplinarios* (pp. 227-251). Tarragona: Publicaciones URV.

Muchnik, J. (2006). Identidad territorial y calidad de los alimentos: procesos de calificación y competencias de los consumidores. *Agroalimentaria* [Revista en línea], 12(22), 89-98. Disponible: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199216556008> [Consulta: 2012, Abril 18]

Pilcher, J. (2001). *¡Vivan los tamales! la comida y la construcción de la identidad mexicana*. México: Reina Roja.

Watson, J. (1997). *Golden Arches East: McDonald's in East Asia*. Estados Unidos: Stanford University Press.