

La alimentación en la sociedad española

Cecilia Díaz Méndez

Publicado en

INVESTIGACIÓN
Y CIENCIA

Noviembre 2013

Copyright © 2013 Prensa Científica S.A. Muntaner, 339 pral. 1.ª 08021 Barcelona (España)

Reservados todos los derechos. Prohibida la reproducción en todo o en parte por ningún medio mecánico, fotográfico o electrónico, así como cualquier clase de copia, reproducción, registro o transmisión para uso público o privado, sin la previa autorización escrita del editor de la revista.

SOCIOLOGÍA

La alimentación en la sociedad española

¿Cabe esperar un cambio radical de hábitos?

Cecilia Díaz Méndez



LA ALIMENTACIÓN ACTUAL SE CARACTERIZA POR SU TRANSFORMACIÓN. Los cambios que está experimentando el sistema agroalimentario mundial no solo afectan a las sociedades en las que escasea la comida, sino también a aquellas en las que abundan los alimentos.

Para comprender dichos cambios, se debe analizar la alimentación como un fenómeno que forma parte de un sistema globalizado, en el que la comida recorre un largo camino desde la tierra hasta el plato. Desde esta perspectiva tan abierta resulta difícil reconocer qué evoluciona y qué permanece, puesto que los factores que afectan a los hábitos alimentarios son tanto económicos como nutricionales, sociales y culturales.



ACTO SOCIAL: Comer en compañía, ya sea en casa o fuera del hogar, constituye uno de los hábitos más arraigados en la sociedad española.

Hasta ahora, la mayoría de las investigaciones en el campo de la alimentación se han realizado desde dos perspectivas: la nutricional, dedicada a analizar la composición de la dieta y determinar su efecto sobre la salud de la población, y la económica, centrada en la evolución del gasto y el consumo. Tales estudios han servido para identificar los problemas alimentarios de las sociedades desarrolladas, desde el alarmante aumento de la obesidad hasta las enormes dificultades que entraña la gestión de un sistema agroalimentario cada vez más complejo y desconocido para el ciudadano. Sin embargo, no bastan para explicar el origen de tales problemas.

Para entender por qué comemos de la manera en que lo hacemos es preciso adoptar también un enfoque sociológico y an-

tropológico. Se necesita conocer qué mecanismos rigen la toma de decisiones en torno a la comida y cómo estas afectan a otros aspectos de la vida, como la familia o el trabajo. También se debe averiguar por qué resulta tan difícil modificar ciertos hábitos o por qué es tan complicado adelgazar. Pero, sobre todo, una visión completa e integradora se antoja imprescindible a la hora de plantear mejoras en los hábitos alimentarios.

Con el objetivo de aplicar ese enfoque sociológico al caso español, el año pasado nuestro grupo de investigación de la Universidad de Oviedo llevó a cabo un estudio a gran escala sobre los hábitos alimentarios en nuestro país. En líneas generales, los resultados dibujan un modelo alimentario muy asentado y extendido, con características del modelo mediterráneo tanto en

la composición de la dieta como en el papel predominante de la mujer en la elección y preparación de los alimentos. Sin embargo, también muestran que España no es ajena a las influencias derivadas de los cambios en el sistema agroalimentario global.

QUÉ COMER EN UN MUNDO GLOBALIZADO

Durante los últimos años, el sistema agroalimentario de las sociedades modernas ha experimentado todo tipo de cambios como consecuencia de la incorporación de los alimentos a los mercados globales. Este fenómeno, la globalización alimentaria, ha afectado a todos los agentes implicados en la cadena, desde los productores y las industrias hasta Gobiernos, compradores y comensales. Aunque resulta difícil establecer relaciones de causa y efecto en este proceso de mercantilización global de los alimentos, sí se pueden señalar algunos rasgos que caracterizan el cambio alimentario que dicho fenómeno está imprimiendo en las sociedades desarrolladas.

Hoy se cuenta con una oferta muy variada en productos, gran parte de los cuales proceden de otros países o regiones. Se puede comer de todo, en cualquier lugar y en cualquier momento del año. Además, es posible hacerlo a unos precios impensables hace unas décadas. Ello ha introducido una diversidad notable en la dieta de todos los grupos sociales, ya que el descenso de los precios ha permitido que la mayor parte de la población pueda acceder a una dieta variada y equilibrada.

Esa oferta global parece estar relacionada con uno de los asuntos que más preocupan a los ciudadanos: la pérdida de la cultura alimentaria propia. Si tomamos como ejemplo los datos de gasto alimentario —y aunque estos solo reflejen una parte de los complejos cambios que afectan a la alimentación—, sí parece que las nuevas tendencias hacen a las sociedades más parecidas. Así, a medida que crece el nivel de desarrollo de un país, disminuye el porcentaje dedicado a la alimentación doméstica y aumenta el invertido en comer fuera del hogar. Si se analiza el caso español, las Encuestas de Presupuestos Familiares del Instituto Nacional de Estadística (INE) revelan que, durante los años ochenta, los españoles dedicaban en torno a un 30 por ciento del presupuesto familiar a comer en casa y un 6 por ciento a hacerlo fuera. En 2012, sin embargo, ese gasto correspondía a un 15 y un 9 por ciento, respectivamente. Tales cifras resultan similares a las que se observan en otros países de nuestro entorno, como el Reino Unido.

Por otro lado, al mismo tiempo que la oferta se ha globalizado, también lo han hecho los riesgos. Fenómenos como la crisis de las vacas locas, en los años noventa, o la más reciente «crisis del pepino», en 2011, ponen de relieve que los peligros derivados de la forma de producir y comercializar los alimentos pueden acabar afectando a los comensales de cualquier parte del mundo. Por ello no es extraño que, junto al aumento de los episodios de este tipo, haya crecido la desconfianza del ciudadano hacia la alimentación. En este contexto se produce una curiosa situación, ya que esta es la sociedad más formada e informada, pero, a la vez, la más preocupada por los proble-

Cecilia Díaz Méndez es doctora en sociología y profesora en el departamento de sociología de la Universidad de Oviedo. Dirige el Grupo de Investigación en Sociología de la Alimentación.



mas derivados de una mala alimentación. Dicho fenómeno no resulta tan llamativo si se tiene en cuenta que la globalización ha aumentado la distancia entre productor y consumidor. Tanto es así que, hoy en día, numerosos compradores y comensales ignoran cómo se produce su comida.

En el pasado, las dificultades que presentaba la elección de la comida se resolvían gracias a una serie de reglas tradicionales acerca de qué era bueno o malo comer; es decir, mediante una cultura alimentaria que la propia sociedad transmitía a sus miembros. Sin embargo, esta práctica se ha debilitado. Hoy en día numerosos jóvenes carecen de conocimientos tradicionales relacionados con el aprovechamiento de las sobras, algunos ignoran qué productos adquirir para elaborar una buena comida, y muchos de ellos saben menos que sus abuelos acerca de cómo cocinarla.

Esas deficiencias se han visto compensadas, al menos en parte, por la creciente presencia de instituciones que ayudan a elegir de la manera adecuada. En la actualidad son varios los organismos públicos encargados de elaborar recomendaciones alimentarias, los cuales indican a los ciudadanos qué deben comer para mantenerse sanos o qué tendrían que evitar para prevenir enfermedades. Además, los Gobiernos también regulan las relaciones entre empresas y consumidores, a fin de impedir que los problemas derivados de una cadena agroalimentaria cada vez más compleja afecten a la población. En definitiva, se puede decir que el nuevo contexto alimentario se caracteriza por un mayor protagonismo de los Gobiernos, los cuales asisten a un ciudadano cuya cultura alimentaria resulta, al menos en ciertos aspectos, más endeble.

Todo lo anterior podría generar un entorno de consumo confiable y ayudar a reducir la incertidumbre de la población. No obstante, el Gobierno no es el único agente implicado, ya que la información de las instituciones oficiales convive con la que ofrecen las empresas y los medios de comunicación. Ello da lugar a un entorno cacofónico, confuso y ruidoso, en el que no resulta fácil decidir qué es bueno para comer. Los analistas de este campo sostienen que el comensal moderno lo tiene hoy más difícil que nunca para «comer bien», ya que, a pesar de contar con oportunidades para hacerlo, el significado de dicha expresión no parece quedar claro.

EL HOGAR Y EL CONSUMIDOR MODERNOS

En este nuevo contexto de consumo se han producido también cambios en los hogares, muy especialmente en dos sentidos:

EN SÍNTESIS

La globalización, la creciente complejidad del sistema agroalimentario y los cambios en los hogares están transformando los hábitos alimentarios de las sociedades desarrolladas.

Esos motores de cambio actúan sobre las estructuras específicas de cada sociedad. Su análisis requiere un enfoque no solo nutricional y económico, sino también sociológico.

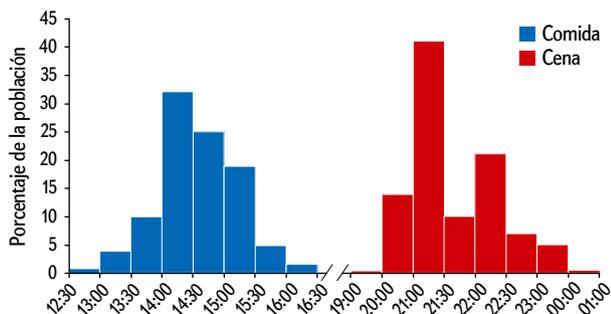
La organización alimentaria de los españoles difiere de la de otros países europeos en varios aspectos, como la distribución de las comidas, los horarios o el papel de la mujer.

La tendencia a adoptar hábitos alimentarios más saludables contrasta con el aumento de la obesidad, la cual afecta en mayor medida a los grupos de menor nivel socioeconómico.

Social y femenino

La organización alimentaria de los españoles se apoya en tres comidas principales, las cuales se realizan mayoritariamente en casa y en compañía de otras personas. Además, se come y se cena mucho más tarde que en otros países. Otro rasgo característico del modelo español se encuentra en el papel de la mujer: aunque durante los últimos años los varones se han incorporado a las actividades culinarias, en España la compra y la preparación siguen siendo un asunto predominantemente femenino.

¿A qué hora comemos?



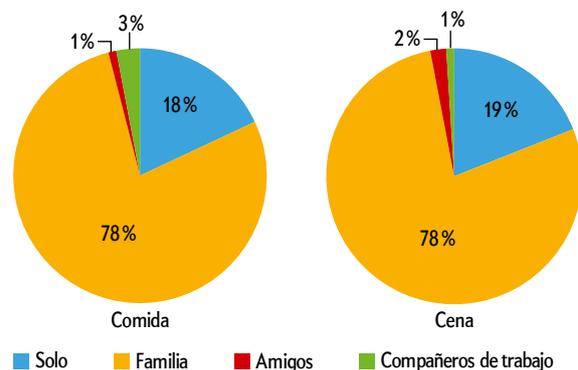
La difícil «racionalización» de los horarios

Los españoles comen y cenar mucho más tarde que el resto de los europeos. Aunque no se conoce con certeza el origen de este comportamiento, parece constituir un impedimento para lo que algunos han denominado «racionalización de los horarios laborales», en referencia a la posibilidad de reducir la larga pausa de la comida y concluir la jornada hacia las cinco o las seis de la tarde. Tanto la centralidad de la comida del mediodía, que no se resuelve con una breve colación, como el alargamiento horario hasta la noche para cenar en familia constituyen rasgos muy propios de la sociedad española. Un cambio en estas costumbres no se reduciría a una simple modificación horaria, sino que afectaría a las relaciones sociales que giran en torno a la comida.

en su estructura y en el rol doméstico de sus miembros. En cuanto a la estructura, sobresale el menor tamaño del hogar moderno y el envejecimiento de las personas que lo componen. Este último aspecto constituye un rasgo muy característico de sociedades como la española, que durante los últimos años ha experimentado una acusada reducción de la natalidad y un aumento considerable de la esperanza de vida. Como consecuencia, la alimentación de las personas mayores ha cobrado una relevancia particular, sobre todo para la industria.

Con relación a los roles domésticos, destaca la incorporación de la mujer al mundo laboral. Este fenómeno ha influido en la asignación y el tiempo que se dedica a las tareas domésticas; entre ellas, la preparación de alimentos. No existe un acuerdo generalizado sobre el efecto que la incorporación de las mujeres al empleo remunerado ha tenido para la alimentación. Sin

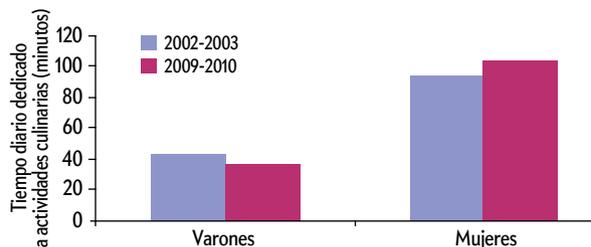
¿Con quién comemos?



En familia

Para los españoles, comer es un asunto marcado por la sociabilidad. Aunque casi una de cada cinco personas come y cena sola, la comida en España puede considerarse un asunto esencialmente familiar. Esta práctica resulta habitual incluso entre quienes viven solos, pues muy a menudo los jóvenes acuden a comer a casa de sus padres, o viceversa.

¿Quién cocina más en casa?



Pocos hombres en la cocina

En España, solo uno de cada cinco varones afirma ser el responsable de la alimentación de su hogar. Las mujeres dedican entre 105 y 110 minutos diarios a las actividades relacionadas con la comida, frente a los 55 minutos de media que invierten los hombres en las mismas tareas. Quienes más colaboran son los varones de entre 30 y 40 años con estudios universitarios, por lo que las desigualdades resultan más acusadas entre los sectores de población con menor nivel educativo.

embargo, sí se puede decir que las mejoras en el equipamiento de los hogares y la variedad de productos que facilitan las tareas culinarias (troceados, congelados, enlatados, precocinados, etcétera) han contribuido a reducir el tiempo requerido en la preparación de los alimentos y han sido empleados por las mujeres en ese sentido.

Cabe considerar, además, que las diferencias en la composición del hogar (la presencia o no de hijos menores, por ejemplo) y la ocupación de sus miembros han originado diferentes maneras de afrontar la alimentación y el reparto de roles domésticos. Ello ha afectado, sobre todo, a los aspectos organizativos: la compra y la preparación, los horarios de las comidas, las personas para las que se cocina y con quienes se come, etcétera.

Para concluir sobre los aspectos más generales del cambio alimentario en las sociedades modernas, se debe señalar la evo-

lución que han experimentado algunos valores sociales. Hoy en día existe una mayor sensibilidad hacia el hambre que padecen los países pobres, lo cual ha derivado en una preocupación por la manera en que dichas naciones se ven afectadas por los métodos de producción y comercialización de los alimentos. Al mismo tiempo, también ha aumentado la concienciación por el impacto que la actividad agraria e industrial ejerce sobre los recursos naturales. Estos aspectos condicionan los hábitos alimentarios de una parte de la población actual.

A todo lo anterior hay que añadir el creciente interés por mantenerse en un buen estado físico y de salud durante el mayor tiempo posible. Comer de manera saludable, aunque constituya un concepto cargado de ambigüedades y no suponga lo mismo para todos los grupos sociales, representa una preocupación cada vez mayor en las sociedades desarrolladas. Ello afecta de modo directo a la elección de los alimentos y la composición de la dieta, a la interpretación de qué es sano y qué engorda, así como a la integración en la dieta de alimentos funcionales o complementos dietéticos.

En definitiva, los sociólogos de la alimentación coincidimos al considerar que el comensal moderno se enfrenta a una curiosa paradoja: qué comer cuando no falta comida.

EL CASO ESPAÑOL

Las tendencias generales que se han mencionado hasta ahora imprimen cambios sobre todas las sociedades. Sin embargo, actúan sobre las estructuras alimentarias específicas de cada una, por lo que no siempre se observan los mismos cambios ni estos pueden interpretarse del mismo modo. A continuación se describe el patrón actual de hábitos alimentarios de los españoles. La mayoría de la información procede de la encuesta nacional de hábitos alimentarios (ENHALI) realizada en 2012 por nuestro grupo de investigación. Esta fue realizada entre los meses de febrero y agosto del año pasado a un total de 1504 per-

sonas, estratificadas por comunidades autónomas y municipios, y seleccionadas por cuotas de edad y sexo.

La organización alimentaria en España se apoya en tres comidas principales: desayuno, comida y cena. Ello contrasta con la pauta observada en el norte de Europa, donde el peso recae en el desayuno y en una comida principal al final de la tarde. Aunque la estructura básica mantiene rasgos tradicionales, los horarios sí muestran pautas de transformación, pues se han ampliado las franjas horarias. Comemos entre las 14:00 y las 15:30, después que en el resto de Europa, pero sobre todo cenamos mucho más tarde, entre las 21:00 y las 22:30. Las comidas secundarias (la merienda y el tentempié de media mañana) resultan también bastante frecuentes, hasta el punto de que se puede afirmar que constituyen un hábito asentado entre la mitad de la población adulta española. Se trata, además, de un comportamiento más femenino que masculino, en especial la merienda, y con mayor irregularidad horaria que las comidas principales.

En España se come mayoritariamente en casa, por lo que no parece que a lo largo de los años la sociedad se haya europeizado o americanizado en este aspecto. Del mismo modo que la dieta no se apoya en una sola comida diaria, tampoco se resuelve con ingestas secundarias fuera del hogar. Al respecto destaca la bajísima frecuencia con la que se come en lugares como la calle o el coche. Además, ni el empleo ni los estudios están creando pautas que empujen a sustituir de manera generalizada la comida doméstica por otras fuera de casa. Estas últimas se encuentran condicionadas sobre todo por las actividades laborales; de ahí que constituyan un hábito más propio de quienes trabajan fuera de casa y, por tanto, en España, más masculino que femenino.

En cualquier caso, resulta imposible efectuar un estudio del modelo alimentario español sin analizar el rol de la mujer. Aun- que durante los últimos años los varones se han incorporado

COMPOSICIÓN DE LA DIETA

«¿Carne o pescado?»

A la hora de componer el menú diario, los españoles intentan satisfacer los gustos de los comensales sin olvidar por ello la necesidad de llevar una dieta sana y equilibrada. La marcada inclinación por incluir productos frescos en el menú de cada día condiciona fuertemente los hábitos de compra.

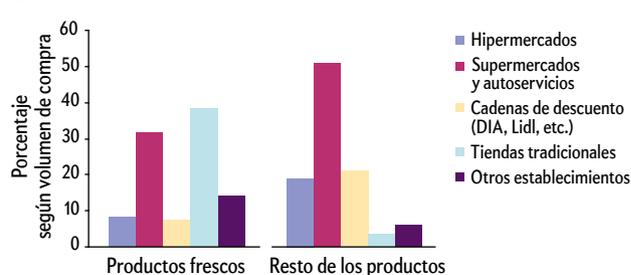
¿Qué factores tenemos en cuenta a la hora de cocinar?



Criterio gastronómico

Según los datos del Eurobarómetro sobre riesgos alimentarios de 2012, la mayoría de los europeos valora la relación familiar o de amistad que se establece en torno a la comida, así como el placer de degustar alimentos sabrosos. Para los españoles, los gustos de los comensales y los aspectos relacionados con la salud constituyen los criterios principales a la hora de elaborar el menú diario. El precio ocupa un rezagado cuarto lugar.

¿Dónde compramos la comida?



Supermercados y comercio de proximidad

En España, la compra se realiza con una frecuencia que permita incluir productos frescos de manera regular en el menú diario. Para la adquisición de pan, carnes, pescados, verduras y frutas, se suele optar por el comercio de proximidad: tiendas tradicionales y pequeños supermercados de barrio. Los productos no perecederos, en cambio, suelen adquirirse en supermercados y autoservicios.

a las actividades relacionadas con la alimentación, en España siguen siendo las mujeres las principales responsables de comprar y preparar los alimentos, con un peso mayor que en otros países. Según los datos de la Encuesta de Empleo del Tiempo del INE de 2012, las mujeres españolas invierten de media una hora y tres cuartos al día en actividades relacionadas con la alimentación (cocinar, fregar, conservar, etcétera). Los varones, en cambio, a pesar de que un número relevante de ellos afirma poseer conocimientos culinarios, solo dedican a las mismas tareas una media de 55 minutos. Es cierto que a ellas les gusta más que a ellos, pero ambos sexos han aprendido por vías similares, principalmente la familia. Si bien entre las nuevas generaciones comienzan a aparecer pautas de aprendizaje diferentes de la transmisión informal de conocimientos, la formación práctica e Internet constituyen hoy canales muy habituales entre los más jóvenes.

Para los españoles, comer es un asunto marcado por la sociabilidad. Aunque los desayunos suelen ser comidas bastante solitarias para todos, la mayoría come y cena en compañía, incluso una buena parte de quienes viven solos. La compra, no obstante, supone una tarea individual y mayoritariamente femenina, ya que la realiza casi en exclusividad la persona que cocina.

Las normas para la elección de los alimentos indican que tanto las cocineras como los cocineros emplean criterios de salud para confeccionar el menú diario y comparten una misma concepción sobre qué resulta apropiado. El gusto de los comensales constituye otro de los criterios principales a la hora de elegir los productos y, en general, puede afirmarse que existe una cultura alimentaria compartida que ayuda a componer la dieta cotidiana. Ofrecer una dieta variada, equilibrada y sabrosa, así como comer en compañía, describiría bien las prioridades de las cocineras españolas.

El precio no representa un criterio prioritario a la hora de decidir qué comer; al menos no hasta el extremo de alterar las pautas de salud y gusto que predominan en la elección de los alimentos. Con todo, eso no quiere decir que el precio no importe. Los españoles no suelen analizar pormenorizadamente el coste de cada producto ni peregrinan de un lugar a otro en busca de lo más barato; sin embargo, sí suelen elegir el establecimiento en función del precio.

La compra en España se realiza con una frecuencia que permita incluir productos frescos en la dieta cotidiana. En este sentido, el comercio de proximidad de tamaño intermedio y las pequeñas tiendas especializadas se adaptan bien a las necesidades de la dieta española, en la que más de la mitad del gasto se dedica a productos frescos. Estos hábitos explican también que se opte por las grandes superficies para la compra de productos no perecederos, la cual se realiza con menor periodicidad que la de alimentos frescos. Muy estable se muestra también la preferencia por los congelados y las conservas, hoy ya tradicionales, frente al escaso interés por los preparados de otro tipo, como precocinados y comidas rápidas.

REACCIÓN DEL CONSUMIDOR

Durante los últimos años, el grado de confianza de los consumidores se ha convertido en una preocupación para las instituciones públicas y privadas. Aun tratándose de una sociedad más confiada que la de Europa del norte, la mitad de la población española manifiesta inquietud por la contaminación alimentaria, y tres cuartas partes recelan de que los alimentos sean sanos y no entrañen riesgos para la salud. Se confía más en ciertos productos, como los lácteos, las frutas y las verduras. Aun

(Des)confianza ciudadana

Las recomendaciones alimentarias elaboradas por los Estados y los organismos oficiales conviven con la información que ofrecen las empresas y los medios de comunicación. Ello genera un entorno confuso que no siempre contribuye a aumentar la confianza del ciudadano.

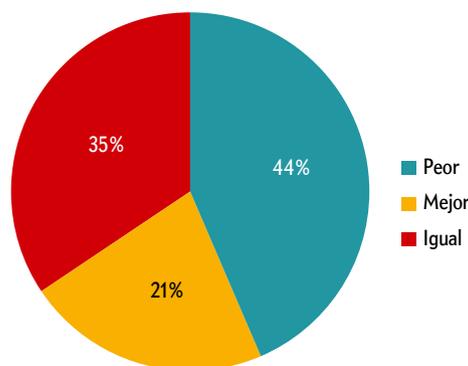
¿En quién confiamos ante una situación de riesgo alimentario?



Científicos y profesionales sanitarios

Aunque los Gobiernos y las familias han sido tradicionalmente las instituciones de referencia en lo que atañe a la alimentación, pierden peso cuando se afronta un riesgo alimentario. En tales situaciones, la población española mantiene su confianza en los científicos y los profesionales de la salud, a quienes se han sumado las asociaciones de consumidores y las agencias de seguridad alimentaria. Empresas y medios de comunicación quedan a la zaga.

¿Comemos mejor o peor que antes?



Opiniones divididas

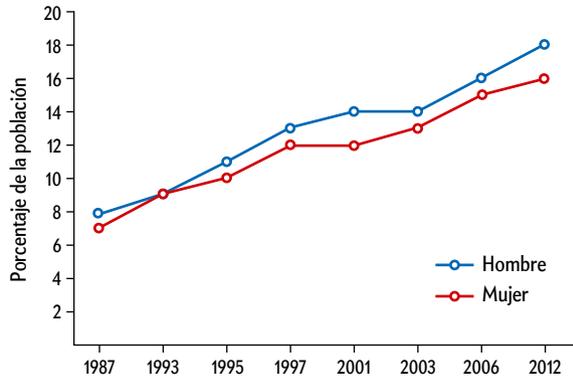
Cuando se pregunta a los españoles acerca de cómo ha evolucionado la calidad de la alimentación a lo largo de los últimos cinco años, las respuestas se dividen. Una buena parte de la población entrevistada considera que ha empeorado; la otra mitad no lo ve así. Teniendo en cuenta lo cohesionada que se encuentra la sociedad española en el resto de los comportamientos alimentarios, esta dualidad podría constituir el embrión de futuros cambios.

ALIMENTACIÓN Y SALUD

Comer en exceso

La obesidad, considerada por la Organización Mundial de la Salud como la principal epidemia no infecciosa del siglo XXI, constituye uno de los grandes problemas sanitarios en las sociedades de abundancia alimentaria. Hoy es uno de los reflejos de la desigualdad social, pues afecta en mayor medida a los grupos de bajo nivel socioeconómico.

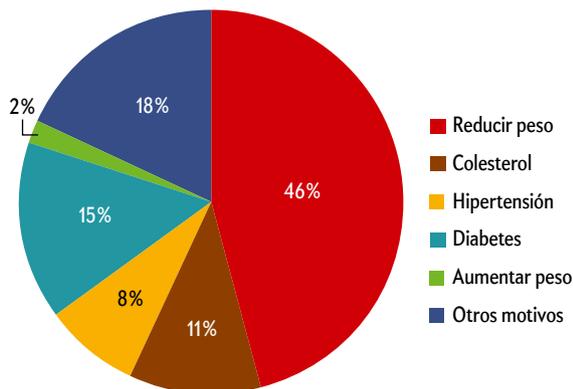
Evolución de la obesidad en España



Sobresaturación alimentaria

La obesidad ha aumentado de forma preocupante durante los últimos años. Según la Encuesta Nacional de Salud, del INE, un 53,7 por ciento de los españoles tiene sobrepeso y un 17 por ciento padece obesidad. Mientras que entre los grupos de estatus ocupacional alto el porcentaje de obesos es del 8,9 por ciento, en las clases más bajas afecta al 23,7 por ciento de la población.

Motivos para ponerse a dieta



¿Salud o estética?

En España, una de cada cuatro personas está a dieta. Casi la mitad lo hace para perder peso, frente a un 30 por ciento que obedece a otros motivos de carácter médico (colesterol, hipertensión y diabetes). Tanto los que siguen una dieta como quienes no lo hacen evitan consumir alimentos percibidos como «poco saludables», como dulces, comidas precocinadas, refrescos o mantequilla. En cambio, la mayoría de la población no se priva del pan, las patatas ni la leche. Aunque tales comportamientos podrían responder tanto a criterios de salud como estéticos, pueden también interpretarse de otro modo: hoy estar sano implica mostrar un peso socialmente aceptado, lo que reflejaría el control de un individuo sobre su propio cuerpo.

así, los españoles se preocupan por ciertos aspectos relacionados con la producción alimentaria, como la contaminación del suelo o el precio que se paga a los agricultores.

Como pauta general, las variaciones en el nivel de confianza obedecen a diferencias de edad y al grado de estudios. Son los más jóvenes y las personas de mayor nivel educativo quienes más se fían de los profesionales sanitarios, los científicos y las asociaciones de consumidores. Por el contrario, los consumidores más experimentados, las amas de casa y las personas mayores se revelan más suspicaces y críticos con las instituciones.

Los españoles se interesan también por la información que reciben acerca de los productos; sobre todo, la relativa a su composición y propiedades nutricionales. Las innovaciones alimentarias constituyen un aspecto particularmente valorado entre los más jóvenes, quienes aprecian que las empresas recuperen sabores tradicionales, introduzcan otros nuevos o creen productos que faciliten su uso o preparación. Los mayores, por el contrario, son más conservadores y menos favorables a las innovaciones alimentarias.

Por último, el consumidor español se muestra poco participativo con relación a la alimentación. A pesar de las múltiples vías disponibles para reclamar, una buena parte de la población renuncia a hacerlo y, en caso de decidirse, la opción mayoritaria consiste en quejarse verbalmente en el establecimiento. No obstante, y aun sin ser un ciudadano participativo, todo parece indicar que el español medio no es indiferente frente a lo que come. Su modo de comportarse se sitúa más próximo a la acción anónima pero contundente, reaccionando a través de la compra e introduciendo juicios de valor sobre productos, marcas, establecimientos o empresas. La invisibilidad de semejante conducta esconde una forma de participación política a través del consumo: un acto reflexivo y sopesado de comprar o no comprar.

CAMBIOS EN UNA CULTURA TRADICIONAL

A la vista del conjunto de comportamientos mencionados, la sociedad española ofrece una imagen homogénea en lo que se refiere a sus hábitos alimentarios, con una estructura tradicional basada en tres comidas principales y dos secundarias, las cuales se realizan mayoritariamente en casa, en compañía y en franjas horarias bien demarcadas. Aunque esta uniformidad parecería indicar que la alimentación española ha cambiado poco durante los últimos años, un análisis más detenido hace aflorar interesantes heterogeneidades.

Aunque resulte complicado realizar una valoración de los cambios de actitud por falta de datos, se pueden apuntar algunas tendencias de interés. En general, todo parece indicar que son las personas más jóvenes y las de mayor nivel educativo las que se muestran más proclives a adoptar innovaciones drásticas. Otro vector fundamental de los cambios actitudinales se relaciona con la tendencia a seguir hábitos más saludables. Así, uno de cada cuatro españoles lleva a cabo algún tipo de dieta, en la mayoría de los casos por indicación médica. No parece que exista una predisposición a modificar ciertas costumbres de manera contundente, ya que se acepta mejor un cambio débil y de escaso compromiso, como «comer más despacio», que otros más activos, como «comer menos cantidad» o «con menos sal».

También el trabajo remunerado y los estudios imprimen pautas de cambio en los horarios y en la frecuencia con que se come fuera de casa. Aunque estas presiones externas no disuaden a

los españoles de mantener el hábito tradicional de comer en el hogar, comienzan a aparecer algunos comportamientos de clara ruptura. Algunos de ellos aún cuentan con poca difusión, pero están extendiéndose con gran rapidez, como ocurre con la práctica de llevar al trabajo o al centro de estudios la comida preparada en casa. Los estudiantes comen fuera con más frecuencia que otros grupos sociales y lo hacen también más tarde. La tendencia al uso de la fiambarrera entre este colectivo refleja un vínculo con el ámbito familiar, ya que, aunque se coma fuera, se sigue llevando comida casera.

En general, comer fuera de casa se mantiene en una ambigüedad entre el trabajo y el ocio. Aunque resulta más común entre los varones y tiene un fuerte nexo con el empleo remunerado, se realiza con amigos y familiares tanto entre semana como durante los fines de semana. En parte, ello explica las dificultades que experimentan los propios comensales a la hora de decidir si se trata de una práctica voluntaria o impuesta, ya sea por las restricciones laborales o por las obligaciones familiares o sociales.

En estos últimos años, sin embargo, la crisis ha limitado las comidas que se realizan fuera del hogar. A menudo, incluso si se trabaja fuera de casa, se regresa a ella para comer. En este sentido, la alimentación doméstica se ha convertido en una estrategia más para ahorrar. La presencia generalizada de mujeres como principales responsables de la alimentación de los hogares y el mayor peso de los varones en el empleo externo remunerado hace que aún resulte ventajoso, en términos de tiempo y de coste, comer en casa. Las tareas de compra y preparación están resueltas por alguna mujer que las realiza para ella misma y para el resto de los miembros del grupo. Incluso quienes viven solos indican que las mujeres no solo cocinan para los miembros de su hogar, sino también para otros, ya que a menudo acogen a familiares (hijos, nietos o padres, por ejemplo) a la hora de la comida.

La crisis ha modificado más los hábitos de compra que los de consumo, ya que el comprador se decanta ahora por establecimientos que ofrezcan precios más económicos pero con garantías de calidad. Probablemente aquí se encuentre la explicación del auge de los productos de marcas blancas, que, aun siendo más baratos, constituyen una muestra de la confianza otorgada al establecimiento tanto en términos de salud como de seguridad alimentaria.

EL FUTURO DE LA «BUENA COMIDA»

La uniformidad de las pautas que rigen la organización alimentaria de los españoles guarda una estrecha relación con los valores y actitudes ligados a la comida. Comer «bien», comer «sano», comer «correctamente» son valores que se hallan presentes en la sociedad a través de los medios de comunicación y las instituciones. Concordar con la norma es la pauta socialmente mejor aceptada, lo que anima a adherirse a ella. Esta aceptación de la norma ofrece la imagen de una sociedad española bien organizada en torno a la alimentación. Pero, aun siendo fiel a la realidad, dicha imagen podría experimentar cambios rápidos en un futuro no tan lejano.

El principal desafío tal vez consista en lograr una dieta saludable para todos los grupos sociales. Una muestra de la persistencia de hábitos poco sanos en nuestra sociedad la hallamos en la obesidad, considerada por la Organización Mundial de la Salud como la principal epidemia no infecciosa del siglo XXI. Su prevalencia refleja además la desigualdad alimentaria que existe entre las distintas clases sociales, pues son los grupos peor situados socioeconómicamente los más afectados.

Otro reto pasa por garantizar una comida segura y de calidad. En este caso, la credibilidad de las instituciones ayudaría a unificar la actitud de los ciudadanos, para quienes los referentes mejor valorados son los especialistas sanitarios. Los Gobiernos, en cambio, merecen menos confianza para los españoles. El resto de los agentes de la cadena agroalimentaria (productores e intermediarios) y, sobre todo, los organismos encargados de la defensa del consumidor (asociaciones de consumidores y agencias de seguridad alimentaria), sí pueden desempeñar una labor relevante, pues los ciudadanos muestran un elevado nivel de confianza en sus acciones. En cualquier caso, no parece que unificar los mensajes y lograr un entorno alimentario confiable pueda lograrse con la acción de uno solo de estos agentes, sino que será preciso el concurso de todos ellos.

En tercer lugar, cabe mencionar el interés social por preservar la cultura alimentaria propia (nacional o regional), muy especialmente en un entorno proclive a la homogeneización. Son muchas las voces que alertan de que la globalización está generando una agricultura y una alimentación cada vez más uniformes. Otros analistas, sin embargo, subrayan que la aparición de numerosos sellos de reconocimiento institucional o ciudadano (denominaciones de origen, productos de comercio justo, etcétera) está ayudando a preservar la agricultura y los productos locales, cada vez más apreciados por el consumidor exigente. El reto de mantener la identidad alimentaria se halla ligado de manera directa a la conservación de las formas locales de producción, próximas al ciudadano y ligadas al territorio.

Por último, conviene señalar que cualquier factor capaz de generar un cambio en los hábitos alimentarios de los españoles deberá acomodarse a las estructuras organizativas de la sociedad. Los horarios de trabajo con largas jornadas matinales o partidas; los escolares, de jornada partida y con un comienzo posterior a las 8:30 o 9:00; así como el horario de máxima audiencia de las cadenas de televisión españolas, posterior a las 21:00, refuerzan la organización alimentaria que se ha esbozado aquí. Aunque esta difiera claramente de la de la mayoría de los países europeos, la resistencia que se ha encontrado para modificar la jornada laboral española puede explicarse por el papel central que desempeña la comida en el día a día de la mayoría. Por todo ello, aunque no se pueda afirmar que la vida social en España se articule en torno a la comida, sí cabe decir que esta forma parte de los soportes básicos que hacen de los españoles una sociedad cohesionada.

PARA SABER MÁS

Alimentación y cultura: Perspectivas antropológicas. J. Contreras Hernández y M. Gracia Arnaiz. Ariel, 2005.

Conflictos sobre lo sano: Un estudio sociológico de la alimentación en las clases populares en Andalucía. E. Martín Criado y J. L. Moreno Pestaña. Junta de Andalucía, Consejería de Salud, 2005.

Alimentación, consumo y salud. Dirigido por C. Díaz Méndez y C. Gómez Benito. *Colección Estudios Sociales*, n.º 24. Obra Social La Caixa, 2008.

Consumo, seguridad alimentaria y salud. C. Díaz Méndez y C. Gómez Benito en *Revista Internacional de Sociología*, n.º 40. Consejo Superior de Investigaciones Científicas, 2008.

Del comer al nutrir: La ignorancia ilustrada del comensal moderno. P. Herrera Racionero. Plaza y Valdés, 2010.

Hábitos alimentarios de los españoles. Dirigido por C. Díaz Méndez. Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, 2013 (en prensa).

Página web del Grupo de Investigación en Sociología de la Alimentación, Universidad de Oviedo: www.grupos.uniovi.es/socialiment