

La nostra alimentació contemporània: dialèctica entre tendències contradictòries?



Jesús Contreras
Universitat de Barcelona
Institut Català d'Antropologia

Aquest article exposa el dinamisme de les pautes alimentàries i com són afectades per factors socials, demogràfics, econòmics i ideològics. Concretament, es tracta d'explicar per què, malgrat el refús verbal als aliments processats industrialment, el seu consum augmenta contínuament a les llars.

This article explains the dynamicity of the food habits and the way how they are affected by the social, demographic, economic and ideologic factors. Exactly, in treats to explain why, in spite of the verbal reffuse to the manufactured feedings by the industry, their consum at homes increases constantly.

I

Claude Fischler, en un llibre recent (1990) i en un article no tan recent (1979), ha analitzat alguns aspectes de l'alimentació contemporània als països industrialitzats que li proporcionarien un caràcter inèdit. Ens diu Fischler que la gana actual de l'Occident industrialitzat, encara que sobrealimentat, no està satisfeta. Ara bé, la sobrealimentació contemporània no és deguda a «orgies alimentàries» o als «banquets dionisiacs» propis d'algunes societats tradicionals o d'altres èpoques sinó que:

«[...] des de la infància picotegem quotidianament lllaminadures o «entreteniments» diversos, ens lliurem al pillatge nocturn de «neveres» [...] La fam ja no ens amenaça, ens «pessigolleja». En aquest sentit, ja no vivim l'època de *la grande bouffe*, sinó la del «gran espicossar.» (Fischler, 1979, 189).

Aquesta seria una de les manifestacions de la nostra «modernitat alimentària», creada per la revolució industrial i les seves concommitàncies (especialització, rendiments creixents de la producció agrícola, creixement hipertròfic de les ciutats, etc.), i que hauria desgavellat la relació de l'home amb la seva alimentació, hauria capgirat el «codi» alimentari referit a les categories socials i els sistemes taxonòmics de l'alimentació haurien entrat en crisi. Les conseqüències d'aquesta crisi poden arribar a ser molt greus. Segons Aimes (1979, 348), l'abandó de les maneres de menjar tradicionals ha estat seguit per conductes alimentàries aberrants que revelarien una inadaptació biològica i psicològica.

«L'abandó dels costums tradicionals de menjar, el menyspreu de les antigues gramàtiques culinàries se suprimeixen per un excés de morbositat i de mortalitat. És flagrant que l'home modern no ha sabut, fins avui, adaptar la seva alimentació als fins/objectius que persegueix. Però aquesta derrota no és biològica. Psicològicament, vivim una

època d'intens desenvolupament alimentari. Contrastant amb una sexualitat pretesament alliberada, els plaers de la taula han, per la seva banda, heretat una culpabilitat massiva. I aquesta culpabilitat, per un desplaçament aparent dels tabús i de les prohibicions, dóna llum a tota una patologia del comportament alimentari: bulímies, anorèxies, alcoholisme, toxicomanies, es multipliquen de forma impressionant. Aquestes conductes aberrants agreugen i revelen la inadaptació biològica: l'obesitat arriba fins al 40 % de la població femenina als Estats Units, el 80 % dels diabètics són dels diabètics anomenats "grassos" de la maduresa.

Aquestes consideracions obliguen a preguntar-nos que, si bé existeixen mecanismes en l'home per a la regulació de l'alimentació, com és possible que, cada cop més, l'home mengi més del necessari i, a més, més d'allò que li exigeix la seva salut? Per a Fischler, l'explicació que sorgeix espontàniament és la que les pautes culturals «han submergit» la capacitat que tenia l'home per equilibrar la seva alimentació de la forma més beneficiosa per a la seva salut i la seva longevitat. Dit d'una altra manera, la «saviesa del cos» ha estat enganyada per la «bogeria de la cultura». Ara bé, allò que l'anàlisi sembla indicar és que no és l'evolució cultural en si la que contribueix a pertorbar els mecanismes reguladors, sinó més aviat la crisi de la cultura que viuen els països desenvolupats, fonamentalment, la desestructuració dels sistemes normatius i dels controls socials que regien tradicionalment les pràctiques i les representacions alimentàries.

Pel camí d'aquestes darreres consideracions es podria arribar a parlar d'una crisi multidimensional del sistema alimentari, expressada en els aspectes biològics, ecològics, psicològics, sociològics, ideològics...; crisi que, alhora, s'inscriuria en una determinada «crisi de civilització». És cert, però, que en els darrers anys han proliferat, en relació a diversos tipus de percepcions o imat-

ges —«estètiques», «ètiques» i «mèdiques»—, nombrosos corrents dietètics i una multiplicat de règims d'aprimament que representen l'expressió d'una nova «consciència ali-



mentària» (Barthes, 1961), sense que això impliqui la desaparició de l'anterior. Pel que fa al cas, la publicitat ens ofereix pistes molt significatives. D'una banda, els missatges continguts en les presentacions dels nombrosos productes *light* i, de l'altra, els dels «empresaris» del sucre quan indiquen que, «per un cop, allò que agrada (el dolç) i allò que convé (energia fàcilment assimilable) coincideixen en un mateix producte»: el sucre.¹ En qualsevol cas, semblaria com si, ac-

1. A França, també els fabricants de mantega han emprès una campanya «institucional» a favor del seu consum. Comptant que la mantega constitueix un dels productes «tradicionals» del desdèjuni i apreciat pels consumidors, però del qual semblen abstenir-se progressivament, més per raons «ascètiques» que gastronòmiques han encunyat el següent eslògan «Per què castigar-se ja des de bon matí?», donant per suposat que prescindir de la mantega en el desdèjuni constitueix un autocàstig i, quina consideració moral ho exigeix?

tualment, entre la tecnologia i la publicitat s'haguessin trastocat o destruït les referències culturals dels aliments. Ja res sembla ser el que era. Fischler (1990, 209) parla fins i tot d'OCNIS o «*Objetos Comestibles No Identificados*». Així sembla ser. Però, és així, realment? Quines són les característiques i els condicionaments de la nostra alimentació contemporània? Fins a quin punt les nostres pautes actuals són totalment noves, són les mateixes d'antany o una barreja complexa i encara confusa dels nostres hàbits del passat i dels constrenyiments i de les possibilitats del present?

II

Vegem fins a quin punt els aliments que avui consumim i les pautes generals de consum, dins les quals s'integren, constitueixen un exemple d'aquesta barreja a la qual ens acabem de referir. Es pot afirmar que, avui, la tecnologia alimentària permet produir aliments completament sintètics (Gruhler, 1989). Així, per exemple, es pot obtenir «pasta pura de proteïnes», blanca i sense gust, a partir de plantes com la lluernia o la soja; carn, a partir de deixalles i vísceres: entrecots de lluernia garantits sense colesterol, cues de llagosta sintètiques, etc. De fet, algun d'aquests productes ha aconseguit un colossal èxit comercial. Tal n'és el cas del «surimi».

En una primera fase, la tecnologia alimentària s'esforça a produir quelcom idèntic als nostres aliments familiars per, després, un cop desconnectats del veritable producte, evolucionar al seu aire. Fins a quin punt el «surimi» anuncia els aliments del nostre futur? És possible, almenys en certa manera i en determinats casos i ocasions. Ara bé, els aliments que avui consumim són molt diferents dels que consumíem fa trenta anys (podríem dir, per exemple, que els animals i vegetals dels quals avui dia ens proveïm són autèntics mutants: el pollastre, l'indiot,



la vedella, la pastanaga, la poma, etc., tenen poc a veure amb els seus «avantpassats» de fa trenta o quaranta anys). L'agricultura i la ramaderia s'allunyen cada cop més de la «natura». El president del saló de la fira de la «Tecnoalimentària», celebrat a Barcelona pel febrer de 1991, declarava en la inauguració del III Congrés Mundial de Tecnologia dels Aliments que «cada dia, l'alimentació està més lluny de les matèries primeres i més a prop de la indústria». Ara bé, com assenyalen Maho i Pynson (1989, 202), mentre que els aliments han canviat moltíssim en els darrers trenta anys, la seva simbologia, en canvi, es caracteritza per una més llarga durada, una evolució molt més lenta:

«L'aliment de luxe, la solemnitat del sopar de festa, el pastís que s'ha de dividir, la beguda afectiva o «convivencial» (cava, café, etc.). Més profundament ens podem interrogar sobre el devenir de les classificacions substancials que efectua la persona que menja, l'assimilació d'un ésser exterior al seu propi ésser: el sentiment de repleció, la permanència o el ressorgiment (sota l'aspecte de vocabulari de la dietètica vulgaritzada), de les antigues percepcions de l'aliment com a irritant, emolient, lenitiu o refrescant. I,

també, a aquesta implícita categorització que presideix els tabús alimentaris, el pur i l'impur, les barrejes autoritzades i infames, que no han canviat en l'inconscient col·lectiu —per la qual cosa condicionen els nostres gustos i les nostres repulsions, així, igualment, les divisions socials que separen els pobles a partir dels seus valors.»

Aquesta evolució més lenta de la cultura alimentària que de la tecnologia representa un constrenyiment per a les possibilitats d'aquesta. A diferència dels seus col·legues de la indústria cosmètica, els químics de la indústria alimentària estan condicionats en la seva imaginació tecnològica a produir plats que semblin sortits de la cuina de les «nostres àvies» («cuinats com a casa», «com a tu t'agraden», amb el «sabor, textura i les qualitats nutritives de la millor cuina casolana»)², amb el risc, en cas contrari, del fracàs comercial (Gruhier, 1989, 120). La mateixa noció d'«indústria alimentària» (Cf.: Atkinson, 1983, 10-16; Fischler, 1979, 201) resulta repugnant per a molta gent. En bona mesura, això deriva de diversos tipus de repulsió relatius a les manipulacions «inhumanes» o «no naturals» sobre els animals i les plantes.

A l'obsessió per la higiene dels aliments l'ha seguida una preocupació per la «puresa química», amenaçada per l'ús d'additius, insecticides, hormones, etc. Es podria afirmar que la tecnologia alimentària manipula tots els caràcters sobre els quals es basava el reconeixement dels aliments: forma i aparença, textura, color, olor, sabor, etc. I, així, el rebuig, almenys aparent, de la «indústria alimentària» s'ha de situar en un nivell simbòlic: la noció d'«additius artificials», per exemple, implica connotacions culturals relatives a concepcions sobre allò «natural», allò «convenient», allò «impur» i allò «virtuos». Curiosament, tant el màrqueting dels moderns *health foods* com el dels aliments processats «ortodoxos» comparteixen el mateix *stock* de creences i mites relatius a la



«virtut», a la «moralitat» i a la «superioritat» d'allò «natural» en termes nutritius i de salut.

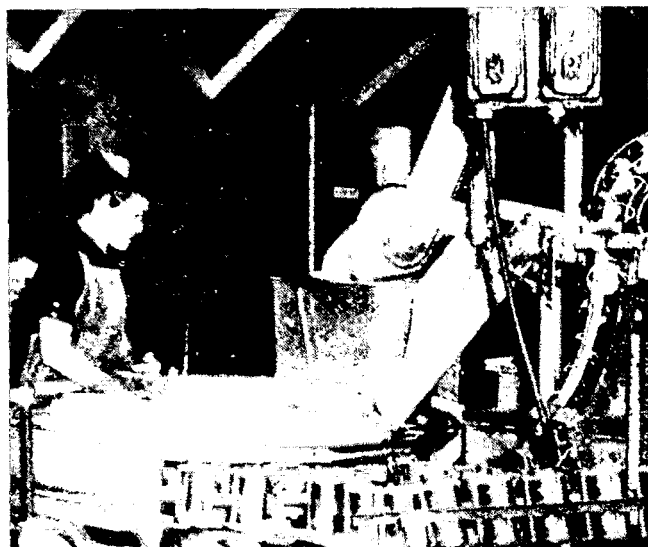
Efectivament, per a Atkinson (1983, 15-16), les categories positives de «natura» i de «puresa» fan referència a la imatge contrastada d'allò rural —l'ordre— i d'allò urbà —el caos—; i la fortalesa d'aquesta mitologia es demostra perquè és utilitzada tant per la publicitat dels productes *health foods* com per la dels aliments processats. La imageria dels *health foods*, per exemple, identifica la categoria de «natura» amb la de «puresa» i amb

2. Frases extretes de la publicitat de la marca de plats cuinats «Guisos de España» i que ofereix els següents «plats»: «Pollo con setas», «Pudding de kabratxo», «Chipirones en su tinta», «Potaje de vigilia», «Pato al oporto», «Bacalao a la vizcaína», «Pisto manchego», «Ternera a la jardinera», «Pimientos rellenos de carne», «Pimientos rellenos de bacalao», «Bonito a la riojana», «Rabo de buey al jerez», «Albóndigas a la casera», «Manzana con salsa de frambuesa» i «Peras al vino».

la d'aliment «complet» i la d'aliment processat amb la d'«adulteració» i pèrdua d'elements naturals. Els *health foods* tenen el suport en el contrast entre «natural i saludable», d'una banda, i «no natural i no saludable», de l'altra. Aquest darrer concepte seria el que caracteritzaria la vida i l'alimentació modernes. La imageria dels *health foods* reflecteix, en definitiva, tres temes fonamentals: allò que és natural, allò que és exòtic i allò que és tradicional. Aquestes tres categories proporcionen la justificació per una «superioritat» d'algunes categories d'aliments i de les seves especials virtuts:

«Permeteu-me enumerar breument i exemplificar en què consisteix aquest imaginari. Les estructures "tradicional" i "exòtica" de referència són encara familiars i reapareixen consegüentment en altres "alternatives", "contracultura" i contextos "de culte", per exemple, aquells associats amb "sabiduria amagada" i l'ocult. Ambdós poden fer una crida a la "sabiduria dels antics", o de l'Orient, a "antics" i "tradicional" remeis i a les presumibles qualitats de simplicitat "primitiva" i "tradicional". Les herbes són, naturalment, una classe de substàncies el valor terapèutic de les quals és repetidament garantit per les crides al seu "tradicional" ús. Com un opuscle de promoció de *Heath and healthier* posa "Totes han estat escollides i provades al llarg de cents d'anys". Ginseng és una substància el valor de la qual és sovint expressat en aquests termes. Té, aparentment, la idèntica benedició de la procedència "exòtica" i també un "tradicional" *pedigree*» (Atkinson, 1983, 12).

I, això no obstant, el consum d'aliments processats ha augmentat considerablement en els darrers trenta anys i continua fent-ho malgrat els seus detractors morals, gastronòmics i econòmics. Les raons s'han de buscar en les relacions, complexes, que l'alimentació manté amb la cultura i la societat, i amb la seva dinàmica.



La permanent exposició de
la sobreabundància



Efectivament, es pot afirmar que les pautes d'adquisició, conservació, preparació i consum d'aliments han estat molt influenciades pels canvis socials i demogràfics ocorreguts des de la Segona Guerra Mundial i, més particularment, en els darrers trenta anys.

En primer lloc cal parlar d'un augment molt important del nombre de dones casades que participen d'un treball assalariat fora de la pròpia llar.³ Aquesta major participació laboral no ha estat acompanyada, generalment, d'una més gran coresponsabilització dels homes en les tasques domèstiques.⁴ Consegüentment, les dones cerquen aquells aliments que exigeixen menys temps de preparació⁵ i de neteja. Per aconseguir

aquesta neteja, sempre valorada positivament,⁶ hi contribueix també, la nova tecnologia domèstica: la nevera, el congelador i el microones,⁷ que simbolitzen la higiene permanent i constitueixen l'equip de cuina de la «dona moderna».

Les dones cerquen, en definitiva, productes i béns que estalviïn temps en la preparació dels plats i en la neteja de la cuina.⁸ Aquests són, precisament, els grans avantatges dels aliments processats («*Guisos de España te lo pone fácil. Calienta al baño-maría o al horno microondas, y... a servir y degustar*»), les tasques de «netejar», «pelar», «trossejar», «bullir» i moltes altres han estat desplaçades de la cuina a la fàbrica. Els menjars «listos para servir» no només estalvien temps de preparació; eviten, també, els aspectes «bruts» del tractament de les matèries primeres. La dona que, per exemple, compra «ensaladilla russa» congelada no només està comprant uns aliments preparats, està comprant també el temps que necessita per dedicar-lo a altres tasques. L'ús creixent d'aliments congelats i

3. Serveixin d'exemple algunes dades. A la Gran Bretanya (Burnett, 1979, 335-336), mentre que el 1951 treballaven un 25 % de les dones casades, el 1974 ho feien un 49 % (el 57 % si sols es tenen en compte les dones entre 25 i 44 anys). A França (Segalen, 1992), entre el 1968 i el 1975, la taxa d'activitat de les dones entre 25 i 29 anys va passar del 50,2 % al 62,7 % i la de les compreses entre 30 i 34 anys, del 42,4 % al 54,6 %. El 1982, les dones representaven el 41 % de la població activa, mentre que el 1962 eren el 35 %.

4. Vegem la utilització del temps (mitjana setmanal) de cadascun dels cònjuges en matrimonis amb 1 o 2 fills, segons una enquesta francesa portada a terme el 1974-1975 (Segalen, 1992):

UTILITZACIÓ DEL TEMPS FRANÇA (1974-1975)	homes que tenen una activitat professional	dones que tenen una activitat professional	dones sense cap activitat professional
Cura dels fills	0 h. 17'	1 h. 05'	1 h. 59'
Altres activitats casolanes	1 h. 13'	3 h. 53'	5 h. 53'
Temps passat en el treball professional (inclou els trajectes)	6 h. 48'	3 h. 53'	
Temps personal	11 h. 06'	10 h. 50'	11 h. 19'
Temps lliure	3 h. 52'	2 h. 39'	3 h. 52'
Trajectes no professionals	0 h. 43'	0 h. 41'	0 h. 52'
Total	24 h.	24 h.	24 h.

pre-cuinats és una de les característiques de l'anomenada «nova mestressa de casa». A la Gran Bretanya, les empreses alimentàries han encarregat nombrosos estudis sobre les activitats de les dones britàniques pel treball domèstic, el laboral, la vida familiar, les valoracions sobre els diversos tipus d'alimentació, etc. Es tracta d'elaborar el «perfil de la dona del futur». I aquesta «dona del futur»

5. Segons Pynson (1989, 188), mentre que les dones franceses dedicaven una mitjana de tres hores diàries a la preparació dels menjars, al final dels anys vuitanta n'hi dedicaven 30 minuts.

6. La paraula *netedad* té diferents significats i fan referència tant a la higiene com a la moral.

7. L'ús del microones, electrodomèstic relativament recent (el gran impuls a Europa es va iniciar el 1986), és molt significatiu. A la Gran Bretanya, el 1982, un 1 % de les llars posseïen microones; el 1990, n'eren el 8 %. Un 10 % de les llars franceses posseïen microones el 1987 i un 19 %, el 1990. A Espanya, segons l'enquesta sobre béns de consum portada a terme pel Centro de Investigaciones para la Realidad Social, un 14 % de les llars posseïen microones el 1992 i un 8 % aspirava a comprar-lo. Als EUA, un 65 % de les llars posseïen microones el 1990.

8. És una creença força comuna que els aliments congelats es compren perquè són més barats que els frescos. Això pot ser veritat ara, però no fa vint anys. Segons Wardle (1977, 18), el 1973, a Anglaterra, els aliments congelats eren més cars que els frescos i, malgrat això, el seu consum va anar en augment, precisament perquè estalvien treball i tasques que no agraden. D'altra banda, la indústria alimentària ha posat darrerament en circulació productes «frescos», com ara llegums i verdures (l'anomenada «4^a gamma») que, malgrat un preu elevat, tenen l'avantatge d'ésser frescos sense tenir els inconvenients dels empipadors preparatius. A França, per exemple, aquests productes de la «4^a gamma» han permès una recuperació en el consum de llegums i verdures el qual havia disminuït des de feia uns deu anys (Pynson, 1989, 188-189).

sembla caracteritzar-se per comprar més aliments i plats preparats amb vista a escurçar el temps dedicat a la cuina i poder comprar amb menys freqüència (Fischler, 1979; Harrisson, 1986; Kock, 1988; Lewis, 1979; Wardle, 1977).

En segon lloc, cal esmentar els importants canvis demogràfics que han tingut lloc en els darrers trenta anys i, fonamentalment, en relació al tema que ens ocupa, un important augment del nombre de llars,⁹ i també una forta disminució de la mitjana dels seus components.

EVOLUCIÓ DE LA GRANDÀRIA MITJANA DE LES LLARS D'ANGLATERRA, FRANÇA I ESPANYA

<i>anys</i>	<i>anglaterra</i>	<i>frança</i>	<i>espanya</i>
1961	3,4		
1962		3,1	
1971	2,75		3,9
1975		2,88	
1981	2,68		3,5
1982		2,7	
1991			2,9

Aquesta progressiva disminució de la grandària mitjana de les llars respon a un doble fenomen: descens de la natalitat i envelliment de la població. Aquest darrer aspecte representa, també, un progressiu augment de les llars formades per persones soles. Ara bé, les llars unipersonals no només consten de vidus i vídues, sinó també d'un nombre creixent de divorciats i solters independents. Sens dubte que els comportaments i les actituds alimentàries d'aquests «solitaris» seran diferents segons les circumstàncies d'aquesta solitud, com poden ser l'edat, el sexe, la durada previsible d'aquesta soledat, etc. Segons Rigalleau (1989, 196), en absència, provisional o permanent, del grup familiar i de la divisió de papers que normalment l'acompanya, la

persona solitària, home o dona, jove, madur o vell, ha de prendre totes les decisions relatives a la compra, preparació i consum d'aliments. Potser no en prengui cap! i arribi a una «vagància alimentària». De qualsevol manera, i independentment de la seva complexitat, aquests canvis en les estructures i en la grandària de les llars han repercutit considerablement en moltes de les activitats domèstiques relatives a l'alimentació, pautes de comprar i emmagatzemar els aliments, preparació dels menjars, demanda de les «racions» adequades, etc.

D'altra banda, es pot parlar, també, d'una progressiva subordinació de l'alimentació familiar als horaris dels diferents membres dels grups domèstics: horaris laborals, escolars, d'oci, etc. D'acord amb això, l'alimentació, fins i tot la «familiar», s'«individualitza»¹⁰ (si es vol emfasitzar la «sensació de llibertat» per escapar dels consenyiments que tradicionalment han acompanyat l'alimentació) o es «desestructura» (si es vol subratllar la dimensió de crisi cultural que les modernes pautes alimentàries posarien de manifest). El sopar sembla haver deixat estar aquest paper; fins i tot en les famílies obreres, en les quals podia haver-hi més tradició en aquest aspecte. Segons Herpin (1988), la desestructuració del sistema de menjars pot prendre les formes següents:

1) La desconcentració: consisteix en una transferència dels menjars sòlids (relativament concentrats en el dinar i en el sopar) en benefici de les «petites» menjades (el desdijuni, l'entrepà o pisolabis del matí, el berenar i l'entrepà de la nit són les més freqüents i copioses). Inversament, el menú dels menjars principals se simplifica: el dinar principal al «nou estil» s'organitza al voltant d'un sol plat.

2) La desimplantació: els «nous» menjars no tenen horari fix. Ni el principi ni el final de les diverses menjades se situen dins de franges horàries estretes. Aquesta imprecisió de les fronteres horàries fa que apareguin

formes híbrides com el «berenar-sopar» o l'«aperitiu-dinar».

3) La desincronització: en les «noves formes» d'alimentació, la utilització del temps està cada cop menys coordinada amb vista a fer del dinar una activitat comuna. D'altres activitats substitueixen el dinar com a marc per a trobades i intercanvis.

4) La no-localització: el «dinar tradicional» tenia lloc a la cuina o al menjador. Les «noves formes» no estan precisament localitzades en el domicili, tampoc a l'exterior: a més a més del restaurant o del cafè, es tolera el cotxe, en el treball, els parcs, el carrer.

Per a aquestes «noves formes» de l'alimentació contemporània, els productes congelats, preparats i pre-cuinats en general, representen considerables avantatges «materials» (no necessiten fòtils, aldarull ni preparació —«son fáciles y rápidos de preparar», «se presentan en porciones individuales»—, etc.) tant per a les dones que treballen fora de la llar com per a totes aquelles persones que viuen soles. Així doncs, la indústria alimentària, juntament amb d'altres productes tecnològics que li són quasi consubstancials o paral·lels¹¹ per fer-ne possible l'ús (microones, per exemple)¹² permeten la possibilitat que cada membre del grup familiar triï i es prepari el propi menú, a l'hora que li convingui, no necessàriament coincidint amb altres membres de l'esmentat grup.

III

No només els canvis laborals, socials i demogràfics permeten de comprendre el consum cada cop major d'aliments produïts per la indústria. Són també molt importants, per explicar per què cada cop es consumeixen més aliments preparats, malgrat el rebuig aparent, els canvis produïts en el terreny de les actituds, de les idees i els valors.

D'acord amb Nelson (1986, 198-199), alguns dels canvis més importants en les actituds socials i individuals de les darreres dè-

caades haurien estat els següents:

«1. Un creixent desig per l'autonomia personal o independència. 2. Menys diferències entre les actituds de les dones i els homes —una «més difosa» identitat sexual. 3. Una creixent acceptació d'una menor estructuració o organització de les formes de vida.

»Un psicòleg pot interpretar aquests canvis com signes d'un profund moviment cap a una «societat més intimista», per exemple, una societat on les persones estiguin més preocupades pels aspectes individuals i creatius de la seva existència que per l'estatus i la conformitat [...] «Els valors intimistes» coexisteixen (algunes vegades amb dificultat) amb l'estatus-conscient [...] Malgrat que la societat pot estar movent-se en un nombre de diferents direccions, hi ha una clara relació entre les tres tendències centrals: autonomia personal, igualtat d'oportunitats per a les dones, informalitat.»

En bona mesura, el que anomenem el «nou individualisme» sintetitzaria aquest conjunt de canvis en el terreny de les actituds i els valors. Aquest «nou individualisme», basat en el desig de més llibertat i possibilitats de realització personals, fóra, en opinió de King

9. A França, el nombre de llars ha passat de 14.588.941 el 1962 a 19.584.000 el 1982.

10. Fins i tot els nens petits, donada l'extraordinària davallada després de finalitzat el *baby-boom*, passats els anys setanta, gaudeixen d'un nou estatus en el si de les seves famílies. Per a Pynson (1989, 187), el nen està considerat com un individu complet, del qual s'admet més fàcilment la seva autonomia en termes de gustos alimentaris.

11. En aquest mateix sentit, cal assenyalar la importància que ha adquirit la indústria de l'emballatge o empaquetat d'aliments. Els «industrials de l'emballament» cerquen, sobretot, la seva «conveniència», entesa com a facilitat d'ús, és a dir, fer el més ràpid i fàcil possible el trànsit del prestatge del supermercat a la taula. Les safates d'alumini o de plàstic, per exemple, s'han generalitzat amb l'esclafament de la «individualització» dels menjars (Chabert, 1989, 81-83).

12. Perriault (1992) assenyala que el microones no és tan sols un aparell que permet guanyar temps; també, des d'un punt de vista simbòlic, permet l'afirmació de certes identitats, i l'autonomització dels comportaments a la cuina.

(1983, 58-62), el factor més poderós que afectaria les discontinuïtats en el consum d'aliments: el trànsit des de la formalitat, el respecte, la tradició i els valors heretats, cap a allò nou, personal, experimental, informal.

A tot això hi haurien donat resposta perfectament la tecnologia i la indústria alimentària, que haurien sabut influir considerablement en la satisfacció de les preferències i de les necessitats individuals. La «diversitat» ha estat la clau mestra de les polítiques industrials. Aquesta diversitat abasta tots els aspectes: de la tradició a l'exotisme, d'allò convivencial a l'individualisme, del «gourmet» al dietètic.

Aquesta extraordinària diversificació, assenyala Pynson (1989, 189-190), respon lògicament a una dispersió dels objectius i a la coexistència, dins un mateix individu, d'aspiracions en aparença tan contradictòries com la tradició del territori retrobat, el joc amb l'alimentació convertit en *gadget* o el desig de primesa. En aquest aspecte, la publicitat alimentària juga un paper important afalagant l'individualisme dels consumidors i fent-los veure la possibilitat de dur a terme una alimentació personal i, fins a cert punt, única, d'acord amb les necessitats i/o els gustos propis.

L'extraordinària diversitat de la qual es disposa, mercès a la tecnologia alimentària, permet satisfer aquestes demandes individualitzades. Així doncs, en definitiva, l'alimentació s'ha individualitzat. Ha disminuït el grau de comensalitat familiar i, simultàniament, es valora de forma positiva la informalitat i l'individualisme en la vida quotidiana i es rebutja el ritual i l'autoritat, etc. (Harrison, 1986, 41; Herpin, 1988; King, 1983, 58-62; Nelson, 1986, 201).

IV

Ara bé, la complexa dinàmica de les nostres pautes alimentàries, les interaccions, els *feed-backs* entre alimentació i cultura, con-

tinuen. Els aliments preparats són consumits cada cop més perquè responen, com acabem de veure, a les característiques econòmico-laborals, demogràfiques, ideològiques i axiològiques de la nostra societat contemporània. Són un recurs important, per exemple, per a les mares que treballen, per a les persones que viuen soles i per a aquelles que volen expressar la seva individualitat. Així, aquests mateixos aliments poden provocar a aquestes persones, sobretot a mares i/o esposes, una profunda ambivalència (Dare, 1988, 152). Les dones expressen una certa preocupació, fins i tot desconfiança, en relació als aliments processats i, particularment, pel que fa als additius. Algunes dones, segons Atkinson (1983), no només poden experimentar desconfiança vers els aliments preparats sinó, també, sentiments de «culpa» en utilitzar-los per preparar els menjars del marit i/o fills. Aquest fet torna a posar de manifest com la preparació i consum d'aliments reflecteix actituds i valors socials:

«La presumible "culpabilitat" de les dones de casa suggereix que hi ha una forta assimilació cultural a l'entorn del caràcter del menjar i la seva producció. Això també suggereix que semblants valors poden dependre de fins a quin punt el menjar ha estat "processat" o "temperat amb" en formes les quals són desaprovades o observades amb sospita. Finalment, l'objecció implícita (als additius) reforça aquesta preocupació. Semblaria que l'anomalia aquí (si una és percebuda) és l'addició d'un "químic" als menjars o comestibles, la terminologia comuna o "additius artificials" sembla reflectir això i les connotacions d'aquesta frase certament fa...» (Atkinson, 1983, 9).

Potser per aquesta raó, d'acord amb els estudis de màrqueting, una de les àrees potencials per al desenvolupament de nous productes, per part de la indústria alimentària, sigui precisament la d'aquells consums que comporten implicacions emocionals per part de la mestressa de casa, explotant el

Cuina i estris per cuinar del segle XIX i microones: canvi tecnològic, però sobretot sòcio-cultural. Fotografies: Food and drink. A pictorial archive from Nineteenth-Century Sources, Jim Harter, New York, Dover Publications Inc., 1983 i CDRCTP

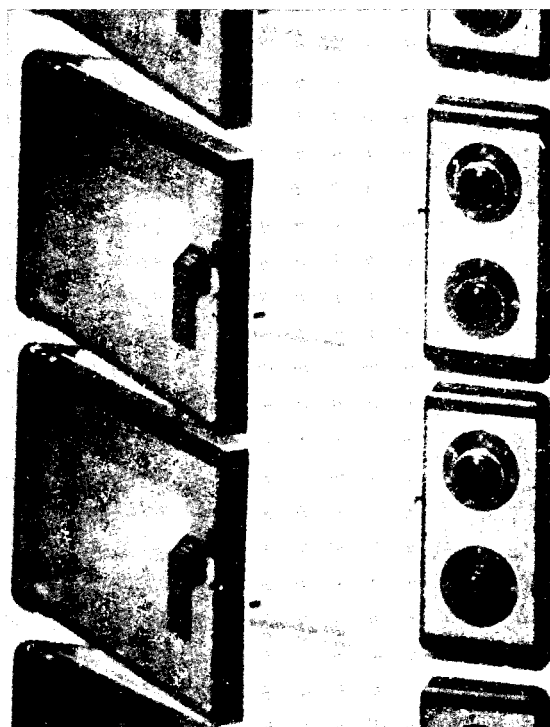
conflicte existent entre el rol d'assalariada i el de mestressa, és a dir, d'esposa i mare, sobretot, el de mare. Així, una àrea específica en la qual semblen existir oportunitats per a nous productes fóra aquella en la qual la mestressa de casa se sentís compensada per l'absència dels infants a l'hora de dinar o intentaria compensar la pròpia absència a causa del treball (Wardle, 1977, 20).

En relació amb aquest sentiment de «culpabilitat», i per tal d'evitar-lo, sembla cada cop més recurrent, per part de la indústria alimentària, el recurs de l'«argument dietètic».

En aquest sentit, pot resultar força il·lustratiu un anunci publicitari del final dels anys 80. El producte publicitat era farinetes per a bebè. Apareixien en una cuina dues dones: la mare del bebè i la mare de la mare. La mare del bebè estava posant a punt la sopa i l'àvia li preguntava:

«Això li donaràs al teu fill? (respon la mare del bebè) "Mamà, una bona mare no és la que gasta més temps a la cuina sinó la que procura una alimentació més racional per al seu fill» (Subratllats nostres).

En aquest breu diàleg es posen de manifest moltes de les qüestions que hem estat considerant: 1) la tradició, representada en aquest cas per la mare de la mare i el seu rebuig d'això, un producte desconegut, un *ocni* com diria Fischler, del qual no se'n sap el contingut, ni com ha estat preparat ni qui ni com l'haurà tocat; tot això impropri d'una mare responsable –d'una «bona» mare, en termes morals– que ha de vetllar per l'alimentació del seu fill, un ésser entranyable i encara indefens; 2) la modernitat, expressada per la mare del bebè; se suposa que treballa o, si més no, que no té per què perdre innecessàriament un temps que pot dedicar, si no treballa, a unes altres tasques per millorar la cura del seu fill i de la seva llar; 3) la importància de les prescripcions científiques, de la racionalitat com a fruit de l'experimentació, en aquest cas investigació nu-





tricional i dietètica, posades al servei del benestar i de les millors condicions de vida i de salut dels individus, tot possible mercès als avantatges de la tecnologia alimentària.

Tot això fa possible disposar, al mateix temps, d'un producte que «és sa» i que «permet estalviar temps», un producte, en definitiva, que permetrà ser, alhora, una mare «bona», «racional» i «moderna». En qualsevol cas, la presentació dels aliments produïts per la indústria insisteixen, cada cop més, en la composició i conveniència, alhora que la publicitat d'aquests productes persisteix en el seu profit per proporcionar una dieta sana i equilibrada. No hi cap, doncs, ni la culpabilitat ni la desconfiança. De qualsevol manera, les enquestes de consum indiquen que les preocupacions dels consumidors van canviant i són tan variables com ho són els consells dels «experts». Així, per exemple, avui en dia sembla remetre considerablement la preocupació pels «additius» i l'interès pels aliments «naturals» i, en canvi, han aparegut preocupacions com l'excés de calories i de colesterol.¹³

V

La dialèctica de les relacions entre la nostra alimentació i la nostra cultura contemporànies no acaben aquí i es podrien analitzar altres contradiccions, de segur ben significatives. Per exemple:

—Estem assistint a un augment de la separació entre una oferta alimentària guiada per una lògica econòmica i higiènica (un exemple d'això vindria representat per publicacions com ara *Dieta y salud* i d'altres per l'estil) i una demanda conservadora i d'identitat (representada, en aquest cas, per publicacions com ara *Comer y beber*, etc.).

—Assistim, també, al desenvolupament paral·lel, d'una banda, d'una tendència progressiva a l'homogeneïtzació alimentària (*fast-food*, supermercats, menjadors col·lectius, etc.) i, de l'altra, a la proliferació d'una literatura culinària i d'establiments de restauració en els quals allò més important és el sabor i la particularitat.

—Curiosament, un dels reptes més importants que en aquests moments tenen plantejats els tecnòlegs dels aliments és, precisament, el de solucionar els «problemes» derivats de l'etapa anterior de desenvolupament de la seva tecnologia. Més concretament: donar resposta a les «barreres culturals» (les nocions, actituds i valors) dels consumidors i aconseguir productes que, a més a més de «barats» i produïts massiva-

13. Una enquesta de consum anglesa expressava els percentatges següents de persones preocupades per: additius, conservants, la dicotomia productes naturals versus processats, menys calories i sense colesterol i la seva evolució entre el 1983 i el 1986 (Cf.: Levenstein, 1988, 209).

	1983	1986
Additius	27 %	16 %
Conservants	22 %	15 %
Naturals vs. processats	12 %	3 %
Menys calories	13 %	17 %
Sense colesterol	5 %	11 %

ment, resultin «frescos», «saludables» i «saborosos».

—La mateixa preocupació per la salut i, consegüentment, per consumir els aliments adequats exigeix, cada cop més, una major i millor informació mèdico-dietètica; ara bé, un dels «perills» d'aquesta informació és, precisament, el de la «sobreinformació» i la «vulgarització» dels mitjans de comunicació de masses (que cadascú interpreta segons les pròpies circumstàncies) i el de les informacions contradictòries (les prescripcions, les proscripcions i les recomanacions canvien, gairebé, d'un dia per l'altre).

Analitzant aquestes tendències contradictòries, encara que possiblement només ho siguin de forma aparent, i que ens hem limitat a esmentar, podríem continuar considerant la complexitat de les relacions entre alimentació i cultura i la necessitat de tenir present la importància dels condicionaments culturals si es volen comprendre les nostres pautes alimentàries contemporànies i com en resulta de fàcil i de difícil modificar-les.

Bibliografia

AIMEZ, Pierre, *Psychopatologie de l'alimentation quotidienne*, «Communications», 31 (1979), pp. 93-106.

ATKINSON, Paul, *Eating virtue*, a A. MURCOTT (ed.), 1983, pp. 9-17.

BARTHES, Roland, *Pour une psychosociologie de l'alimentation contemporaine*, «Annales», 16 (1961), pp. 977-986.

BOURNETT, J., *Plenty and want: A social history of diet in England from 1815 to the present day*, Londres, Scholar Prs, 1979.

CHABERT, Laurence, *Emballé, c'est vendu!*, «Autrement», 108 (1989), pp. 80-83.

DARE, Salle E., *Too many cooks? Food acceptability and women's work in the informal economy*, a D.M.H. THOMPSON (ed.), 1988, pp. 143-152.

FISCHLER, Claude, *Gastro-nomie et gastro-anomie: sagesse du corps et crise bioculturelle de l'alimentation moderne*, «Communications», 31 (1979), pp. 189-210.

L'Homnivore. Le goût, la cuisine et le corps, París, Editions Odile Jacob, 1990.

GRUHIER, Fabien, *Quand les ingénieurs font la cuisine*, «Autrement», 108 (1989), pp. 120-124.

HARRISON, Alan F., *Are we really what we eat? The thinkers book of food*, Canterbury, Weavers Press Publ., 1986.

HERPIN, N., *Le repas comme institution. Comptes rendus d'une enquête exploratoire*, «Revue Française de Sociologie», XXIX (1988), pp. 503-521.

KING, Stephen, *Trends in meal planning and eating habits*, M. R. TURNER (ed.), 1983, pp. 43-65.

KOCK, Christoph, *Preserving food at home or buying it to hoard? The organization of stockpiling as means of cultural expression*, A. RIDDERVOLD i A. ROPEID (ed.) 1988, pp. 128-137.

LEVENSTEIN, Harvey, *Revolution at the table: The transformations of the American Diet*, Nova York, Oxford University Press, 1988.

LEWIS, Christine, *The food choice jungle*, Londres, Faber and Faber, 1979.

MAHO, J. i PINSON, P., *Cantines, comment s'en débarrasser?*, «Autrement», 108 (1989), pp. 200-204.

MURCOTT, Anne, *The sociology of food and eating. Essays on the sociological significance of food*, Hants, Gower Publishing, 1983.

NELSON, Elisabeth, *New product development: the role of social change analysis*, a RITSON, GOFTON i MACKENZIE (eds.), 1986, pp. 197-207.

PERRIAULT, Jacques, *Le four à micro-ondes ou la cuisine en parallèle*, «Autrement Sciences et Société», 3 (1992), pp. 113-126.

PYNSON, Pascale, *Mangeurs fin de siècle*, «Autrement», 108 (1989), pp. 186-192.

RIDDERVOLD, A. i ROPEID A. (eds.), *Food conservation*, Londres, Prospect Books, 1988.

RITSON, GOFTON i MACKENZIE (eds.), *The food consumer*, Nova York, John Wiley and Sons, 1986.

SEGALÉN, Martine, *Antropología histórica de la familia*, Madrid, Taurus, 1992.

THOMSON, David M. H. (ed.), *Food acceptability*, Londres, Elsevier Applied Science, 1988.

TURNER, M. R. (ed.), *Food and people*, Londres, John Libbey, 1983.

WARDLE, Chris, *Changing food habits in the United Kingdom*, Londres, Earth Resources Research Ltd., 1977.