

Cultures alimentàries i globalització



Amado Millán

Director de l'Equip de Recerca
Multidisciplinar en Alimentació Humana
(EIMAH). Universitat de Saragossa

En aquest article, i a partir d'un apropament a la cultura alimentària, l'autor presenta algunes observacions sobre la incidència del procés de globalització des del punt de vista de l'alimentació humana

In this article, and as part of an exploration of alimentary culture, the author presents some observations on the globalization process from the point of view of human food habits

Cultura de l'alimentació

L'alimentació constitueix una intersecció dels ordres biològic i psicosociocultural. La necessitat biològica d'alimentar-se és expressada socialment i rep, tanmateix, una resposta cultural. Convertida en una exigència, transforma l'omnívor en un ésser selectiu que satisfà aquesta esmentada necessitat de manera diferencial dependent d'unes variables socioculturals determinades.¹

La cultura de l'alimentació es pot descriure com un concepte interrelacionat i jerarquitzat d'elements específics que generen unes pràctiques i unes representacions relatives a la producció del cos i al manteniment de la societat, i que varien en el temps i en l'espai. D'una banda, compren, almenys, unes substàncies: primeres matèries, ingredients (bàsics i complementaris), condiments i altres additius, mitjans de cocció, combustibles, estris, tècniques i fonts d'energia; processos: obtenció (depredació, producció, mercat, do), transformació, conservació, transport, emmagatzemament, elaboració dels preparats, consum, utilització o eliminació de residus. D'altra banda, la cultura de l'alimentació implica uns organismes biològics dotats de cultura en interrelació amb l'entorn socionatural (construït culturalment),² situats en posicions socials determinades que tenen rols diferencials i jeràrquics i acostumen a practicar grupalment estils alimentaris distintius.

Des del punt de vista cognitiu, comporta un ordre classificatori (menjable, permès, prohibit, menjat, preferit, refusat, abominable, etc.), amb els seus correlats afectius, normatius, avaluatius, discursius. Implica un conjunt de sabers que es transmeten socialment a través de l'aprenentatge dels rols.³

En la cultura de l'alimentació trobarem una estructuració de procediments, com els receptaris, unes normes de composició i de desenvolupament de la ingestió, com també unes normes referides a la inclusió, substitució, compatibilitat, combinació,⁴ successió d'elements; estat dels aliments o dels preparats (cru, fresc, cuit, fregit, fermentat, etc.), aspecte, forma, color, aroma, textura, gust, temperatura... apareixen regulats pel

Traducció:
F. X. Medina (ICM)

La cultura de l'alimentació és un conjunt de pràctiques, amb les seves representacions associades, que, a hores d'ara, es veu afectat molt directament pels anomenats processos globalitzadors. Fotografia: World Media Network (El País, 27 de juny de 1996)



model alimentari que implica representacions, normes, valors, disposició a l'acceptació o al refús, ocasions de consum, ostentació d'un estatut determinat, establiment de significats, identitat, etc.

Podríem entendre la cultura de l'alimentació

com les maneres pautades de percebre, sentir, pensar, fer, relatius a l'alimentació i que són comuns a un grup sociocultural.⁵ Tots els elements del sistema alimentari representats en un model són, en principi, interdependents i es troben contextualitzats en un marc espaciotemporal. Una de

1. Un sistema culinari està vinculat a una cosmovisió (Fischler, 1995:68).

2. L'entorn físic està aculturat. Com diu Stoetzel (1978:70): "l'univers físic mateix en el qual es troba un individu d'una societat donada és percebut i comprès per aquest només a través de les interpretacions que li dona la seva cultura."

3. Sobre els canvis en la transmissió dels sabers culinaris, vegeu Gracia (1966:124 i s.); Fischler (1995: 196).

4. Hi ha nombroses possibilitats de combinació de sòlids i de líquids, però moltes menys probabilitats de trobar qualsevol tipus de composició de la ingestió. Per exemple, la separació del menjar de la beguda fermentada —el vi a la Mediterrània del nord; l'alcohol destil·lat a l'Orient— és cultural (vegeu l'article de D. Heath en aquest mateix dossier). La demonització de l'alcohol a les

cultures anglosaxones (la seva incompatibilitat moral amb el menjar) transcendeix els poders públics i les estadístiques: dins l'Encuesta Continua de Presupuestos Familiares (1999) es comptabilitza la despesa en un grup: "Aliments i begudes no alcohòliques" i en un altre "Begudes alcohòliques, tabac i narcòtics". En l'edició d'aquesta mateixa enquesta corresponent a l'any 1989 (1991) apareixia només un grup: "Aliments, begudes i tabac". Tot i així cal remarcar que l'alcohol ha estat sovint considerat com una aliment, àdhuc infantil, per a amplis segments socials dins l'Estat espanyol fins als anys setanta.

5. En aquest intent de definició segueixo Simoons (1961:3) i Harris (1985:123), però amb l'afegit de percepció com a aprenentatge pautat i construcció sociocultural.

les dificultats de la indagació sociocultural en alimentació consisteix a fer explícits quins factors actuen sobre el consum i el seu grau d'influència (condicionants, determinants). Un d'aquests factors principals que actua avui dia sobre les cultures de l'alimentació és la globalització.

Canvis

A la península Ibèrica, tot partint d'una situació i d'una tradició en la seva major part mediterrània, és necessari parar compte als efectes successius i de vegades simultanis de les cultures culinàries derivades de la presència romana, islàmica i hebraica, la relació privilegiada amb Amèrica, la infraalimentació endèmica, l'última postguerra, els plans de desenvolupament industrial, l'emigració, la concentració urbana, el turisme, l'homologació politicoeconòmica a la Unió Europea... la globalització de l'alimentació, en definitiva.

En els darrers quatre decennis s'ha transitat de l'escassetat a l'abundància, de la quantitat a la qualitat, de la sensació de satisfacció al paladar instruït, del camp a la ciutat, de la ciutat al camp, novament, del camp a la fàbrica, de l'autoproveïment a l'agroindústria i després cap a una incipient agricultura ecològica, del proteccionisme a la liberalització del comerç, de l'alfabetització d'adults a la selectivitat dels adolescents, de la ràdio a la televisió, del cos gras al cos prim, del que és fort al que és suau, del que és més pesat al que és més lleuger, del vi a granel al vi d'autor, de les famílies nombroses als grups domèstics unipersonals.

Processos com la industrialització, la urbanització, la terciarització, impliquen un canvi d'activitats i de ritmes, un nou ús i una nova concepció del temps en referència a aquella que era predominant en una societat agrícola i rural. La seva estructuració es polaritza entre el temps lliure i aquell que és necessari per a les activitats bàsiques (dormir, higiene personal, alimentació, treball, desplaçaments), amb una tendència a l'ampliació del primer (podríem comparar, en aquest sentit, els pressupostos temporals invertits en les

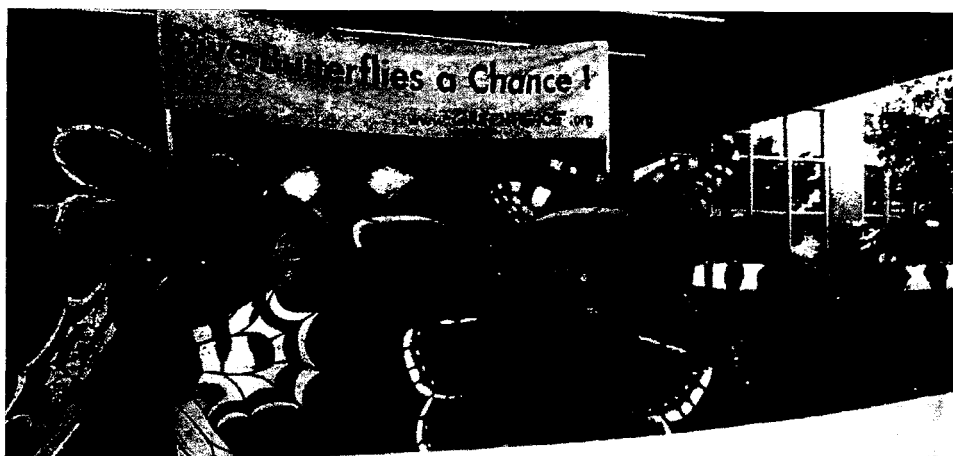
societats de caçadors recol·lectors i aquells altres invertits en les nostres societats postindustrials).

Assistim avui a la proliferació de nous espais i sistemes en el camp de l'alimentació: els menjadors de fàbrica i escola, la multiplicació de bars amb cuina, cases de menjars, autoserveis, serveis d'àpats, cadenes de restauració, *fast-food*, etc. L'increment de l'alimentació prefabricada (productes precuinats, preparats, «per emportar» o servits a domicili) es genera a partir del ritme de treball, del valor atribuït al temps, de l'estatut de l'alimentació a les societats postindustrials, que volen rapidesa. Àdhuc les preparacions lentes consumides als restaurants necessiten una reconversió del temps necessari dedicat al lleure i a la convivència. Els horaris laborals no s'estructuren sobre els horaris alimentaris i impliquen, a les grans concentracions urbanes, una desestructuració dels àpats i el desplaçament dels menjars de l'espai privat al públic (o semipúblic).

Tècniques de producció, conservació (irradiats, congelats, refrigerats, etc.), transport i distribució, fan possible una estacionalitat perpètua i una durabilitat perllongada dels aliments que permeten, tanmateix, dilatar l'aprovisionament domèstic i faciliten l'accés a una gran varietat d'aliments, amb productes que es troben fora del seu lloc d'origen (exòtics). A nivell local, els productes o formes de consum que són o volen ser considerats tradicionals⁶ també són el resultat d'una abolició en el temps, apareixen com a intemporals, «des de sempre», atributs tots aquests que reforcen el seu valor.

Els contactes interculturals impliquen transformacions en l'alimentació. Es modifiquen els aliments i les seves característiques fins al punt de fer més difícil encara la definició d'una cuina tradicional relacionada amb un territori (*vegeu* Contreras, 1999a:17-57). Canvia també l'entorn ecològic, les tècniques, d'obtenció i de processat, les maneres de distribució i els procediments de preparació i la disponibilitat i l'accés en la desigualtat intrasocial i intercultural, l'estatut adquirit dels aliments, la transmissió dels sabers culinàris, les maneres de consum i d'interacció, la seguretat alimentària i la percepció del risc, la cadena de l'alimentació⁷ i la destinació de les so-

La globalització desperta respostes diverses a causa del trencament de les estructures tradicionals. Manifestació contra el blat de moro transgènic



Stop Geneti X Crops!
GREENPEACE

bres, etc. Pràctiques i representacions associades a l'alimentació es modifiquen dins d'un mateix marc d'espai i de temps, tant local com global. I això ho fan de manera coherent amb les transformacions de la societat.

L'alimentació canvia quan canvien altres hàbits de l'acció humana. Prenent l'alimentació com a base fonamental de la supervivència orgànica i social, aquesta és, al mateix temps, una variable dependent d'altres factors socioculturals que, d'altra banda, tampoc no es mantenen constants mentre que aquella canvia. Els canvis que es produeixen en els components i processos relatius a l'alimentació depenen, doncs, tant de condicionaments interns del model com també de factors pertanyents al context extraalimentari. La globalització produeix d'aquesta manera efectes observables en l'alimentació.

Globalització

La globalització pot ser considerada com un procés específic de canvi cultural⁸ que afecta les cultures de l'alimentació dels pobles (Renard, 1999:484). Comporta, doncs, una transculturació de l'alimentació (Tansey i Worsley, 1996:3). Però el terme globalització encobreix altres fenòmens relatius al poder i les dependències (Godelier, 1997:175); se suporta en valors socioculturals etnocèntrics que parteixen d'una cultura local expandida, d'origen occidental, purità calvinista; valors locals amb la pretensió d'arribar a ser universals.

D'altres canvis relacionats amb el predomini i la difusió global de diferents tipus de relació amb el medi i entre els individus afecten també l'alimentació en els països d'abundància. De tipus demogràfic: creixement de la població mundial i les migracions internacionals, concentració urbana, disminució del nombre de membres del grup domèstic, atomització en espais unipersonals, augment de la longevitat, etc.; de tipus ecològic: depredació dels ecosistemes, disminució de la biodiversitat, contaminació, desertització, canvi climàtic, disminució de la capa d'ozó, etc.; canvis tècnics accelerats i en particular els produïts per la biotecnologia, que causen, a més, alarma social,⁹ degut a factors com poden ser el poc coneixement de les seves implicacions sobre la salut, les conseqüències socioeconòmiques transnacionals (llavors modificades genèticament, expansió

6. Sobre la definició d'aquest concepte, vegeu Bérard, Contreras i Marchenay (coord., 1996).

7. L'alimentació dels animals herbívors ha canviat sota imperatius de rendibilitat econòmica; per exemple, els vedells mengen faves de soja, farina de peix, vitamines, hormones, antibiòtics i, fins i tot, despulls de mamífers.

8. Lourdes Arizpe (1997:137) considera el canvi global o la globalització com aquell "procés impulsat per activitats humanes que està creant més interdependències entre els pobles d'arreu del món, i això pel que fa tant a fenòmens ambientals com socials." La globalització seria, tanmateix, "el procés —o la sèrie de processos— que implica una transformació en l'organització de l'espai de les relacions i les transaccions socials —enteses en termes de la seva intensitat, la velocitat i l'impacte— tot generant fluxos i xarxes d'activitat, interacció i exercici de poder transcontinentals o interregionals." (Held, McGrew, Godblatt i Perraton, 1999: 16).



Els processos d'urbanització, d'industrialització, etc., comporten noves concepcions del temps i de l'espai que fan que la percepció tradicional sobre el fet alimentari i tot el que l'envolta estigui en procés de canvi. Dones a Turquia netejant llavors.

de la propietat privada a través de patents sobre dominis considerats públics, etc.), la negativitat atribuïda a la intervenció en processos o elements que es considera que alteren l'ordre natural.

La globalització incideix en la divisió del treball (internacional i intrasocial) i transforma també les representacions, les normes i els valors. Davant la rendibilitat econòmica emergeix l'humanitarisme, l'igualitarisme, la solidaritat, el comerç just, la producció sostenible, etc. En el sector alimentari, la globalització s'imposa des de les indústries químiques (fertilitzants i biocides), d'equipament i d'energia, que en la seva més o menys totalitat són organitzacions transnacionals¹⁰ que «decideixen allò que es produeix, on, com i per part de qui», i que dominen «l'aprovisionament global» (Constance i Heffernan, 1994:108), amb les seves pròpies xarxes d'informació mundial ininterrompuda i instantània. En una situació com aquesta, el poder dels estats nació es troba molt limitat; la naturalesa global del sistema alimentari implica un «postnational stage» (Smith i Guarnizo, 1998; Tullis i Hollist, 1996).

Segons el punt de vista que adoptem, la globalització podria situar-se al començament dels contactes interculturals, des dels primers moments de l'espècie (Knutsson, in Arizpe, 1997:174), o des de l'expansió xinesa del segle X, o des de la de l'occident europeu, impulsada ininterrompudament des de 1492 (Godelier, 1997:94) i que es reforça des de 1945 i assoleix un dels seus cims amb les concentracions empresarials globalitzadores («fusiomania»)¹¹ del sector alimentari que arriben, principalment, a partir del final de la dècada dels vuitanta.

L'aldea global es complementa amb l'hort i l'establia globals. Aliments llunyans en la producció resulten avui dia propers en el mercat. S'introdueixen en les pràctiques de recepció condicionats per factors de disponibilitat, de moda —expressada a través de discursos publicitaris o dietètics—, per la valoració positiva de la innovació, de la variació com a resposta a la monotonia, de la novetat com a forma màxima de la variació. La cuina personal, la domèstica, la local, la comarcal, la regional, la nacional, àdhuc la internacional, es veuen afectades per la globalització.

El que és local és determinat pel que és global (Requejo, 1999). L'adopció de nous aliments o de noves maneres de consum creix, tot i que persisteix la creença en la perennitat de l'alimentació dels grups socioculturals (Fischler, 1995:151 i seg.). L'alimentació identitària és ostentada en



Totes les dimensions de la cuina (des de la producció fins a la venda i el consum) es veuen afectades pels processos globalitzadors. Botiga de formatges en un mercat italià

l'àmbit cerimonial, mentre que la quotidiana tendeix a homologar-se i estandarditzar-se.

Es produeixen canvis, com la substitució d'un aliment per un altre (els tubèrculs, els cereals, etc.; vegeu Fischler, 1995:156 i seg.), la reconversió industrial d'un aliment tradicional o artesà (com és el cas del pollastre; vegeu Constance & Heffernan, 1994:112 i seg.; fruites i hortalisses fresques: vegeu Friedland, 1994:275 i seg.), la transformació de preparats locals regionals en globals (hamburgueses, pizzes, cuscús, paella,¹² sushi, txopsuei, *chile* amb carn, patates fregides),¹³ la combinació sincrètica d'ingredients (*calimotxo*: vi negre amb cola),¹⁴ la concentració, la condensació d'ingredients (Fischler, 1995:162-163), el pas del que és seqüencial al que és simultani (plat combinat, entrepà variat, etc.).

Conseqüència de la globalització és també la «panbarreja» cultural (Baker, 1997:404), la fusió de l'alimentació de preparats o els restaurants ètnics. El client pot adoptar i adopta estils d'alimentació diferents que es troben reflectits en la difusió publicitària (Pynson, 1987; Espeitx, 1996:85).

A nombroses ciutats occidentals¹⁵ el mercat, incloent-hi l'hostaleria, permet una gran variació de l'alimentació. No és un menjar o beure uniforme, però sí, homologat, resultat de la transculturació, de l'increment de preparats¹⁶ disponibles, però regulat per normatives jurídiques territorials i (de vegades) per uns criteris mínims d'adaptació cultural.

La globalització és percebuda en l'imaginari

9. També el procés de globalització genera "neguit" (Espeitx, 1996:112). Al Japó, dels 370 bovins clonats des de 1990 a cinquanta laboratoris, seixanta-sis, com a mínim, van ser comercialitzats al mercat de Nara, al centre del país (abril de 1999).

10. Segons Tansey i Worsley (1996: 95), les deu primeres empreses pesticides i de llavors implantades en un mercat global i amb un més alt percentatge de facturació, tenen el seu origen als Estats Units, la Gran Bretanya, Alemanya, França, Suïssa i Holanda.

11. Vegeu Constance i Heffernan (1994: 119).

12. La cadena Waitrose ofereix al Regne Unit entrepans de paella; a França es poden comprar racions de paella per emportar-se o bé amb servei a domicili; als Estats Units o a França hi ha bars de tapes (n'ofereix, per exemple, l'Hotel Plaza de Nova York).

13. L'hamburguesa prové de la cuina dels jueus emigrats als Estats Units; la pizza i la pasta, dels italians emigrats; el txopsuei es va originar a causa de la demanda turística nord-americana a la xina; el *chile* amb carn té també el seu origen al sud-oest dels Estats Units (vegeu MacClancy, 1992). Són preparats de la "popfoods" nord-americana (McIntosh, 1995: 204).

La percepció social del que és la globalització genera amplis rebuigs a causa de la imatge unificadora, uniformitzadora i artificial que irradia. Laboratori de recerca alimentària



d'amplis sectors socials com una unificació i uniformització planetària, tot i que més aviat consisteixi en l'homologació de les diferències interculturals, tot aplicant els principis de la racionalització occidental que impliquen divisió del treball, especialització, eficàcia, rendibilitat econòmica. El procés de globalització transforma tant l'alimentació de les societats tradicionals, com la de les modernes (vegeu Goody, 1982; de Garine, 1975, 1979, 1991; Bataille-Benguigui i Cousin, 1996), afecta la seva evolució (Godelier, 1997:93), augmenta les dependències de les corporacions transnacionals, tot i que la pressió de la societat civil provi, de tota manera, de limitar-les.

L'homologació¹⁷ restringeix la diversitat de l'alimentació¹⁸ a escala global, però incrementa la variació a escala local, tot i que dins dels límits de la desigualtat socioestructural. Necessita grans inversions financeres, investigació científica aplicada, organització de la producció i de la distribució, continuïtat i similaritat en els productes, tèc-

niques de mercat, difusió mediàtica, homologació de consums culturalment diferencials, etc.

Mentre que l'hamburguesa i la Coca-cola simbolitzen la cultura angloamericana i, per extensió, la transculturació global, la llonganissa o la sangria tendeixen a estereotipar la representació del que és local.

Però el consum alimentari depèn del seu entorn immediat, que s'insereix, al mateix temps, en el mercat global. L'obtenció dels aliments, convertida en adquisició, ve determinada per la distribució. Així, el comensal exerceix la seva elecció a partir d'una preselecció prèvia duta a terme per les grans organitzacions comercials transnacionals que tendeixen a homogeneïtzar i estandarditzar l'oferta de l'alimentació.

La globalització imposa el trànsit de la producció propera al lloc de consum (horticultura, agricultura extensiva), destinada en un principi a l'autoproveïment i amb els pocs excedents sobrants destinats al mercat pròxim, on els ali-

La globalització imposa indústries i conglomerats empresarials transnacionals que duen a terme estratègies que van més enllà de les polítiques dels estats nacionals. Protesta de camperols als EUA



ments, les característiques, els processos, són coneguts i controlats pels productors consumidors, cap a un mercat global, llunyà, aliè, sense control directe. El grup domèstic rural i camperol ha quedat reduït a la unitat de consum, tot compartint l'allunyament entre els comensals i els aliments, obtinguts, aquests darrers, a través de la compra i no pas de la producció pròpia. L'espai es fragmenta en la producció de l'alimentació, amb l'es-

14. A Barcelona, per exemple, els *pinchos* d'origen basc se serveixen de vegades sobre pa amb tomàquet (Medina 2000); la cervesa palestina "Taybeh daurada" és el resultat de malt belga, llúpul txec, tècnica nord-americana, tanques canadenques, maquinària italiana i ampolles portugueses. Segons el seu propietari, Nadim Khoury, "la meva cervesa és per a tothom"; ell mateix és autor d'eslògans com ara "Taybeh, la millor cervesa del proper orient" (una qüestió d'orientació: proper per a nosaltres i per a ells); o "Begui productes locals i pensi en termes mundials" (citat a El País, 23 d'octubre de 1995, p. 72, contraportada).

pecialització de territoris en l'agricultura intensiva, amb el seguiment de la nova divisió internacional del treball (Bonanno: 110) i amb la unifi-

15. Per a una definició d'Occident, vegeu Godelier (1997: 93-114).

16. Es tracta de varietat i no pas de diversitat: gos, insectes, cucs, no figuren en els menús; però de vegades les granotes o els cargols tenen els seus propis *gourmets*.

17. Enfront del procés transcultural de la globalització, sorgeixen, tot i que homologats, els aliments i les preparacions "identitàries". Els aliments catalogats com a tradicionals són més de quatre mil a la Unió Europea, dels quals cinc-cents corresponen a l'Estat espanyol (vegeu *Inventario espanyol de productos tradicionales*, 1996).

18. Se seleccionen uns productes i se'n refusen uns altres, i es restringeix la biodiversitat, sota valors d'eficàcia, productivitat, rendibilitat. Així, de 7.500 varietats de pomes en subsisteixen 30 (Contreras, 1999a: 20), tot i que també les quatre races salvatges de gallina s'han diversificat en quaranta (Informe Consumer, març 1998:11), si bé totes elles han estat homologades en format DIN A4 (espai màxim calculat per individu, on aquest queda immobilitzat abans del seu possible sacrifici).