

CULTURA ALIMENTARIA, MITOS Y DEPORTE

Oscar FERNÁNDEZ ALVAREZ
Roberto CACHÁN CRUZ
Universidad de León

Las imprescindibles e inseparables necesidades de comer y beber, que constituyen los impulsos más intensos que siente el ser humano para poder subsistir, lo enfrentan con la naturaleza para obtener de ella los productos que integran su alimentación, los cuales descubre o produce, forjando así su existencia, historia y cultura.

Armando Farga.

ABSTRACT:

The field of food choice is revealed as an exciting area with many challenging issues for research. The food choice attracts scientists from a wide variety of disciplines, such as physiology, nutrition, marketing, psychology, sociology, etc.

In this paper we attempt from the anthropology and sport, so that we can show the attitudes towards feeding, their myths, bias, preferences and differences in social and class attitudes. Both approaches must complement each other and are totally necessary for a correct analysis of feeding and sport.

PALABRAS CLAVE:

Antropología, Deporte, Cultura, Alimentación.

1.— INTRODUCCIÓN

Comer es una actividad cotidiana, que puede presentarse como un acto de mera rutina, un momento para marcar cambios en el ciclo de vida o para conmemorar acontecimientos. Cada comunidad¹ ha construido un mundo de significados con la comida, con el comer, con el alimentar el cuerpo y el alma, y cada cual tiene sus propios hábitos alimentarios. Generalmente consisten en actos peculiares, característicos y reiterativos que se llevan a cabo ante la necesidad de comer y que al mismo tiempo, satisfacen necesidades emocionales y normas sociales. No se come sólo para calmar el hambre o aportar nutrientes que permitan al organismo seguir viviendo. También se come por ejemplo, por tristeza o alegría, para mitigar la soledad o disfrutar mejor la compañía. El hecho es que cada persona come de cierta manera, elige los alimentos que ingiere y lo hace en determinadas secuencias y dentro de un horario particular.

¹ Para el caso de nuestro país se puede ver FERNÁNDEZ ALVAREZ, O. (1996) «Alimentación y Cultura en España», *Estudios Humanísticos*, 18, 343-350.

En otro ámbito, para la práctica deportiva se necesita un cuerpo bien entrenado, pero también un cuerpo bien nutrido, aspecto básico y fundamental de su preparación. En su práctica alimentaria, al deportista se le presentan diferentes alternativas, por las que su cuerpo se ve sometido a múltiples prácticas comerciales. Este generalmente le conduce a mostrarse alienado en el consumo. Quizá por esto, también el deporte favorece la alienación de las masas al centralizar su atención y focalizar sus pasiones. Dumazedier tenía razón cuando apuntaba que algunos franceses «viven de una mitología rudimentaria que les hacen las veces de todo: religión, moral, doctrina social, política. El deporte tiene el riesgo de ser la ocasión de una alienación creciente para un público en el que los mitos infantiles han reemplazado todo pensamiento. El espectáculo deportivo se erige en fábrica de sueños, destinada a procurar al hincha una «compensación» a sus decepciones y frustraciones personales.

Esta rivalidad alimenta la conversación, les da motivo suficiente para excitarse, crea un diálogo místico que rehuye de la reflexión—razón: muchos se sumergen en el domingo para conservar durante toda la semana la nostalgia de esas pocas horas pasadas en el estadio. Esta pérdida de sentido puede llamarse «alienación»².

El concepto de alienación da pie a introducir el tema de cómo pasamos a depender de determinados gustos y prácticas sociales, cómo nuestro cuerpo pasa a ser educado por el ideal burgués; alienado en la máquina, en el ocio, en la salud, en la alimentación, por la estética, belleza, dietética, etc., constituyendo funciones y cánones socializantes.

De todas esas fuentes obtenemos que el cuerpo —concepto, actitudes y valoración— es una *construcción social*, que la cultura le impone unos usos técnicos y modos según diferentes variables como pudiera ser la alimentación.

2.— DE LA CULTURA DOMÉSTICO-FAMILIAR A LA CULTURA INFORMAL

La alimentación siempre se ha interpretado desde el punto de vista doméstico, médico, preventivo, etc. y dentro del deporte como «arma nutricional» —complejos vitamínicos, prótidos, dieta del ejercicio, calorías y rendimiento; y se deja a un lado la cultura popular, la cultura-bar o informal. Se trata de afirmar en esta sociedad de consumo dominada por status simbólico, un imperio de signos que representan artificialmente el prestigio, el estilo de vida o incluso el espacio. Y el deporte tiene sus espacios. Para nosotros, el espacio está formado de partes, pero para un buen número de pueblos, el espacio está diferenciado profundamente según las regiones. La causa es que cada región tiene un valor afectivo que le es propio. Bajo el influjo de sentimientos diversos una región es puesta en relación con un valor religioso especial y, en consecuencia, está dotada de virtudes «sui generis» que la

² CHARRETON, P. (1992) «El Deporte, Opio del pueblo?», *Perspectivas de la actividad física y el deporte*, 10 p. 3-8.

distinguen de cualquier otra. Así la práctica de deportes como el tenis, la equitación, la vela o el golf debe sin duda parte de su «interés» a la función distintiva, tanta espacial como social, y más precisamente a las *ganancias de distinción* que conlleva. No es casualidad que la mayoría de los clubs más selectos, es decir, selectivos, se organicen en torno a actividades deportivas que sirven como foco o pretexto de encuentros electivos. Y es que muchas sociedades deportivas adoptan como sede social y lugar de reunión un café, no existiendo por ejemplo, ciudades en Francia donde no se pueda encontrar un *Café de Deportes*. Así a la actividad deportiva propiamente dicha se encuentra ligado *ipso facto*, la bebida, la comida, los cigarrillos, los juegos de azar, etc³.

Los integrantes de estas sociedades, se olvidan del puro interés altruista y surge, como dice Bourdieu, la preocupación por distinguirse y la ausencia de afinidad o *gusto* hacia los deportes.

La alimentación tiene ya un carácter simbólico. En esta perspectiva la alimentación se convierte en todos los sentidos del término en un objeto trivial, de forma que resultaría vano, por no decir fuera de lugar, pretender buscar diferencias sociales, y sobre todo diferencias entre las clases. No hay ninguna duda de que entre los profesionales y la bien establecida burguesía mercantil las funciones saludables y estéticas están combinadas con las funciones sociales. Los deportes ocupan su lugar, junto con los juegos de palabras y los intercambios sociales —recepciones, cenas, barbacoas, *pic-nics*, etc.

El golf, por ejemplo —como el caviar, el *foie gras* o el *whisky*, además de sus funciones estrictamente saludables, tienen una significación distributiva (el significado que la prácticas obtienen de su distinción entre agentes distribuidos en clases sociales) que, unánimemente reconocida y aceptada sobre la base de una maestría práctica de la probabilidad de que las distintas clases practiquen diferentes deportes⁴, es enteramente opuesta a la de la petanca, cuya función puramente saludable no es quizá muy diferente, pero que bien tiene una significación distributiva muy próxima a la del Pernod y de todas las bebidas fuertes y la de todos los tipos de alimentos que no son sólo económicos sino fuertes (también en el sentido de con especias) y que se supone que dan fuerza porque son pesados, grasientos y condimentados⁵.

A lo largo de la historia de la humanidad, la elección de los alimentos que se consumen en un momento dado ha sido influenciada por diversos factores, ajenos a la pura necesidad de nutrirse y al natural impulso de alimentarse. Tales factores modifican la actitud hacia los alimentos, y el comer, como el

³ BOURDIEU, P. (1993) «Deporte y clase social», en BROHM, J.M.; BOURDIEU, P., et. al. *Materiales de sociología del deporte*. Madrid, Ed. La Piqueta, pp. 67-68.

⁴ BOURDIEU, P. (1976) «Le jeu Chinois», *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 4, pp. 91-101.

⁵ BOURDIEU, P. (1993) «Deporte y clase social», en BROHM, J.M.; BOURDIEU, P., et. al. *Materiales de sociología del deporte*. Madrid, Ed. La Piqueta, p. 77.

deporte, adquiere diferentes propósitos.

3.— FACTORES QUE MODIFICAN LA ALIMENTACIÓN

La cultura es uno de estos factores. Esta puede definirse como el estilo de vida propio de un grupo de personas, casi siempre procedentes de una misma localización determinada. Las costumbres alimentarias son un aspecto profundamente arraigado de muchas civilizaciones. Mientras que una cultura puede ver en la comida sólo un medio para saciar el hambre, otras la entienden como un deber, una virtud, una forma de placer, un medio de intercambio familiar y social, o una conjunción de todo lo anterior.

La cultura se transmite de una generación a otra por instituciones como la familia, la escuela y la religión. Enseñan tanto a aceptar los alimentos agregando las modificaciones propias de gustos personales, de nuevas épocas, como a rechazarlas en función de los tabúes o limitaciones para el consumo de determinados alimentos que se encuentra en la mayor parte de la cultura.

Las costumbres alimentarias, la expresión dietética de las culturas, están influenciadas por el organismo social; es éste quien decidirá a qué sustancias se les considerará alimentos, y es que al cambiar de grupo social a otro, podemos encontrar contrastes importantes entre los alimentos que se comen habitualmente.

Las *festividades*, sean de origen religioso o popular, son también normas dictadas por la sociedad y guían al individuo en diversas prácticas, como realizar *cenar o comidas* en honor de alguien y demás conmemoraciones, buen ejemplo de la alimentación simbólica.

La cultura, la geografía, la disponibilidad de alimentos y la religión son sólo algunos de los factores que determinan los diferentes tipos de alimentación que existen en el mundo. Los mitos alimentarios son otro factor importante que determina lo que se debe comer. El mito en tanto creencia sin bases reales, y generalmente basado en dogmas religiosos, creencias populares u observaciones más o menos científicas. Desde los inicios de nuestra historia se han formado creencias en relación con los alimentos que en un cierto momento se convirtieron en mitos alimentarios. Con los avances tecnológicos y nutriólogicos se han encontrado conocimientos nuevos, que al ser mal difundidos han generado más mitos. Por ejemplo, el término *hábitos alimentarios* tiene diversos significados. Generalmente se usa para referirse a las costumbres alimentarias de una persona, las cuales son reflejo de las normas de conducta que su cultura desarrolla en relación con el alimento. De esta forma, los hábitos alimentarios de un individuo son influenciados por motivos externos, provenientes de las costumbres y mitos alimentarios de su comunidad; pero también dependerán de motivos internos como los gustos y preferencias personales, el deseo de mejorar o conservar la salud, la belleza, la juventud y, en el caso específico de los deportistas, el deseo de ganar o mejorar su rendimiento deportivo.

Todo parece indicar que la preocupación por la cultura corporal aparece en tanto culto higienista de la salud, asociado a menudo con una exaltación

ascética de la sobriedad y del rigor dietético en las clases medias y muy particularmente entre las «mujeres» de estas categorías, preocupadas por la apariencia estética y por «un cuerpo para los otros», por la mirada de los otros. Y es que las imágenes de la sexualidad femenina en el deporte, tal como apunta Foucault⁶, son poderosas porque, en otros contextos existe un tratamiento similar del cuerpo de las mujeres. Los emergentes discursos de la sexualidad deportiva, unidos a otros que tienen lugar, por ejemplo, en el cine la televisión y en la prensa y revistas populares, están todas conectadas con el deseo de uno por el propio cuerpo y todos constituyen e incentivan la existencia de la sexualidad.

4.— SUPERMERCADO DEL FITNESS.

Cuanto más se sube en el escalafón socioeconómico, mayores son los esfuerzos y sacrificios en la alimentación. Pero con esta correlación nos referimos a que la alimentación⁷, ya se trate de las clases populares o de las clases dominantes, se sitúa en el punto de encuentro entre la vida material y la vida simbólica; no existe consumo ni práctica que no reenvíe, incluso en el caso de mayor necesidad, por una parte a los ingresos y a las condiciones de vida, y por otra, a los gustos: costumbres inscritas en las tradiciones locales y en las «subculturas» de grupo, preferentemente ligadas a valores y a representaciones indígenas (relativas a la conveniencia de los diferentes alimentos en función del sexo, edad, oficio, opciones provenientes de la cultura legítima, normas de higiene, definición de la excelencia corporal, modas referentes a regímenes, etc.).

La aparición de productos-alimentos inteligentes, a partir de investigaciones de dudoso aval científico, como alimentos liofilizados, barras energéticas, gran variedad de píldoras, bebidas isotónicas, es decir, todo un *delicatessen* que forma parte de la sociedad de consumo y de los *gustos de importación* que, en lo concerniente a la alimentación, se refiere a la afluencia a supermercados y dietas selectas para clientes exclusivos del gimnasio, uso de sucedaneos, etc., y a la clase popular que llega a apropiarse materialmente y también simbólicamente de esos bienes de consumo.

5.— EL DEPORTISTA Y LAS COSTUMBRES ALIMENTARIAS

El deportista se encuentra incluido dentro de un pequeño grupo social formado por atletas, entrenadores, preparadores físicos y deportistas retirados, en tanto grupo de referencia. Para este pequeño grupo social los alimentos dejan de ser un manjar y pasan a ocupar el papel de un elemento más que favorecerá o perjudicará el éxito atlético. Este punto de vista generará cos-

⁶ FOUCAULT, M. (1981) *The History of sexuality*. Vol.1; (1987) *The History of sexuality. The use of Pleasure*. Vol.2, Penguin, Harmondsworth.

⁷ GRIGNON, S.C.; PASSERON, J.C. (1992) *Lo culto y lo popular*. Madrid, La Piqueta, p. 152.

tumbres y mitos alimentarios que diferenciarán al grupo deportivo del resto de la comunidad.

El deportista que se inicia en el deporte recibe junto con la información específica de su práctica deportiva, las ideas predominantes que con respecto a la alimentación, son asumidas por el grupo y de las cuales, posteriormente, él mismo será transmisor. Estas ideas irán modificando sus hábitos a medida que él se involucre más con su deporte, y de cierto modo, éstas lo integren al grupo social.

De la información que el deportista recibe y que tiene marcada influencia en sus hábitos alimentarios, gran parte proviene del grupo deportivo al que pertenece, aunque también contribuyen a esa información sus familiares, amigos y los medios de comunicación, donde se difunden tanto programas educativos como comerciales, que van encaminados a lograr la venta de determinado producto. Y es que en la actualidad el *charlatanismo alimentario* es alentado por todos, así como por el número creciente de falsas ideas nutriólogicas de alimentos *especiales para atletas* que aprovechan tanto el deseo del deportista por ganar, como la poca información real que sobre la nutriólogía se tiene a nivel popular.

Por ejemplo, a los deportistas de fuerza física, se les sigue alentando para que coman grandes cantidades de carne o, para estar más a la moda, grandes cantidades de proteínas a partir de suplementos alimenticios de aminoácidos, pero no tienen en cuenta que los excesos de proteínas son almacenados por nuestro organismo en forma de grasa en el tejido adiposo y que incrementan el trabajo del riñón al aumentar la excreción de nitrógeno en la orina. Por otro lado, es interesante mencionar que sin el estímulo del ejercicio no se conseguiría un aumento de musculatura por más proteínas que se ingieran.

Pero estos mitos no son exclusivos de deportistas, ya que por ejemplo, gran parte de la población atribuye a las vitaminas propiedades casi milagrosas. Aunque sí son indispensables para el correcto funcionamiento del organismo, por sí solas no proporcionan energía. Es como querer hacer un hoguera de cerillas. Otro de los mitos extendidos es el de consumir diuréticos o dietas pobres en hidratos de carbono para controlar el peso. Y relacionado con este, el de que determinados alimentos son la causa de la obesidad. Igual que considerar que existen *alimentos exclusivos para deportistas* y *alimentos para no deportistas*. Los alimentos son los mismos, lo que varía son los sujetos que los consumen. Por otra parte, las diferentes firmas comerciales han desarrollado bebidas y preparados alimenticios que prometen el triunfo, lo cual es exagerado, algunas de ellas pueden ser útiles como medios de hidratación pero no son indispensables, o sea, son sustituibles. Estos son sólo algunos de los mitos más frecuentes que se relacionan con la dieta del deportistas. La mayoría son inocuos y, con demasiada frecuencia, desvirtúan el placer de la comida, elemento importante de la buena nutrición.

6.— CONCLUSIÓN

Los hábitos alimenticios deportivos, constituyen enormes indicadores sociales, son rasgos de la cultura física deportiva, y el cuerpo, al estar de moda —consumo del cuerpo— en los medios de comunicación, en los grandes supermercados, es expuesto, rendido, alineado y consumido.

La alimentación pues, está determinada por un sistema de principios que orientan todo el conjunto de prácticas: sexuales, hábitos alimentarios, preferencias estéticas, estilos de vestir, etc.

El *habitus* de clase trae como consecuencia que a los menguados beneficios propios de la actividad físico y deportiva, deben agregarse los beneficios sociales, aquellos derivados de la práctica de distinción, que son percibidos, apreciados y aceptados de forma muy distinta dependiendo de las clases o grupos sociales, para quienes también son muy desigualmente accesibles.

Partiendo de la comprobación de los *handicaps* y de los «subconsumos» de que son víctimas las clases populares, deberíamos, quizá, eliminar, relegar y/o interpretar las prácticas alimenticias de las clases populares consideradas como un «retraso» cultural, pues la comida es causa y consecuencia del modo de vida. Refleja los sentimientos y pensamientos más profundos de las personas y las comunidades.

7.— BIBLIOGRAFÍA

- BAAS, M.; WAKENFIELD, L.; KOLASA, K.M. (1979) *Community nutrition and individual food behaviour*. Minnessota, Burgess Publs.
- BARTHES, R. (1961) «Pour une psychosociologie de l'alimentation contemporaine», *Annales*, 16: 977-986.
- BLANCHARD, K.; CHESKA, A. (1986) *Antropología del Deporte*. Barcelona, Bellaterra.
- BOURDIEU, P. (1976) «Le jeu Chinois», *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 4, pp. 91-101.
- BROHM, J.M.; BOURDIEU, P., et. al. *Materiales de sociología del deporte*. Madrid, La Piqueta.
- CACHÁN, R.; FERNÁNDEZ, O. (1997) «Deporte o religión. Un análisis antropológico del fútbol como fenómeno religioso». *Apunts. Educació Física i Esports*.
- CARRASCO, S. (1992) *Antropología i alimentació. Una proposta per a l'estudi de la cultura alimentaria*. Barcelona, Universitat Autònoma de Barcelona.
- CONTRERAS, J. (1993) *Antropología de la Alimentación*. Madrid, Eudema.
- CHARRETON, P. (1992) «El Deporte, Opio del pueblo?», *Perspectivas de la actividad física y el deporte*, 10 p. 3-8.
- DE COUBERTIN, P. (1973) *Ideario olimpico. Discursos y ensayos*. Madrid, Doncel, INEF.
- FERNÁNDEZ ALVAREZ, O. (1996) «Alimentación y Cultura en España», *Estudios Humanísticos*, 18, 343-350.

- GRIGNON, S.C.; PASSERON, J.C. (1992) *Lo culto y lo popular*. Madrid, La Piqueta.
- HARRIS, M. (1989) *Bueno para comer*. Madrid, Alianza.
- KATCH, F.I.; KATCH, V.L. (1992) *Energía, nutrición y rendimiento humano*. Madrid, Alianza – Consejo Superior de Deportes.
- MURCOTT, A. (1988) «Sociological and Social Anthropological Approaches to Food, and Eating», *World Review of Nutrition and Diet*, Karger, Basel.
- ODRIOZOLA, J.M. (1988) *Nutrición y deporte*. Madrid, Eudema.
- PUJOL, P. (1991) *Nutrición, salud y rendimiento deportivo*. Barcelona, Espasa.
- VILLA, J.G.; DE PAZ, J.A.; PÉREZ, R.; CUADRADO, G. (1994) «Perspectivas de la nutrición en el deporte», *Perspectivas de la Actividad Física y el Deporte*, 15, 14–18.