

STVDIVM

Revista de Humanidades

PRENSAS DE LA UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS
UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA

Stvdivm 20 (2014)~Zaragoza 2014
ISSN: 1137-8417

REDACCIÓN, CORRESPONDENCIA E INTERCAMBIOS:

Studium. Revista de Humanidades
Facultad de Ciencias Sociales y Humanas
Ciudad Escolar, Carretera de Alcañiz, s/n
44003 TERUEL
Tel.: 978 61 81 00. Fax: 978 61 81 03
studium@unizar.es

SUSCRIPCIÓN Y PEDIDOS:

Prensas de la Universidad de Zaragoza. Edificio de Geológicas
Calle Pedro Cerbuna, 12
50009 ZARAGOZA
Tfno. 976 55 54 93 y 976 35 41 00. Fax: 976 55 54 93

PÁGINA WEB DE LA REVISTA:

<http://studium.unizar.es>

Studium. Revista de Humanidades agradece el envío de originales (artículos o reseñas), así como de libros (estudios o ediciones) para la elaboración de recensiones. La revista no mantendrá correspondencia con los autores de los artículos no aceptados para su publicación, no se verá obligada a dar explicaciones sobre las circunstancias de su rechazo ni dará a conocer los informes sobre los mismos. De no ser aceptados para su publicación, sólo serán devueltos los trabajos remitidos a petición expresa de sus autores, para lo cual deberán remitir previamente el franqueo necesario.

© De los autores

© De la presente edición, Prensas de la Universidad de Zaragoza

Edita: Prensas de la Universidad de Zaragoza y Facultad de Ciencias Sociales y Humanas, Universidad de Zaragoza, con la ayuda económica del Vicerrectorado de Investigación de la Universidad de Zaragoza. Periodicidad anual.

PRECIO DE CADA NÚMERO: 12 Euros

Ilustración de la cubierta: Mirambel, celosías (Foto: Peña Verón)

Coordinación, diagramación y corrección de estilo: María Luz Rodrigo Estevan

ISSN: 1137-8417

Depósito Legal: Z-2751-90

Impresión: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Zaragoza

DIRECCIÓN

Pedro Luis Hernando Sebastián (UZ)

SECRETARÍA

María Luz Rodrigo Estevan (UZ)

CONSEJO DE REDACCIÓN

Pedro Luis Hernando Sebastián (UZ)

María Luz Rodrigo Estevan (UZ)

José Manuel Latorre Ciria (UZ)

Ana M. Rivera (UNED, Madrid)

Frédéric Duhart (MU, Donostia)

Juan A. Tarancón (UZ)

Xavier Medina (UOC, Barcelona)

CONSEJO CIENTÍFICO

Ricardo J. Ávila Palafox (Estudios del Hombre, U. Guadalajara, Jalisco, México)

Carlos Barros Guimerans (Historia Medieval, U. Santiago de Compostela)

Elvira Burgos Díaz (Filosofía, U. Zaragoza)

Marcela Cubillos Poblete (Historia, U. La Serena, Chile)

Francisco Javier Díez de Revenga (Literatura Española, U. Murcia)

Elbia H. Difabio (Griego, U.N. Cuyo, Argentina)

Javier Esparcia Pérez (Geografía, U. Valencia)

Claudio García Turza (Lengua Española, U. La Rioja)

Xavier Gil Pujol (Historia Moderna, U. Barcelona)

Alfredo Jimeno Martínez (Prehistoria, U. Complutense)

Isabel González Turmo (Antropología Social, U. Sevilla)

Emma Liaño Martínez (Historia del Arte, U. Rovira i Virgili)

M.ª Mercedes López Suárez (Artes, U.N. Cuyo, Argentina)

Javier Martín Arista (Filología Inglesa, U. La Rioja)

Javier Pons Díez (Psicología Social, U. Valencia)

Inés Praga Terente (Filología Inglesa, U. Burgos)

Alberto Sabio Alcutén (H. Contemporánea, U. Zaragoza)

Norma Vasallo (C. de la Mujer, U. La Habana, Cuba)

Alicia Yllera Fernández (Filología Francesa, UNED)

STVDIVM 20 (2014)

Stvdivm. Revista de Humanidades

Prensas de la Universidad de Zaragoza
Universidad de Zaragoza. ISSN: 1137-8417

ÍNDICE

Estudios

Nosce te ipsum. <i>Ensayo de un tema en las letras universales</i> José PALOMARES EXPÓSITO.....	13-28
<i>Las obras de las crónicas de Alfonso III: Crónica de Alfonso II sobre el final de los reyes godos, Leyenda de Covadonga, Crónica de Sebastián de Salamanca y Crónica de Ordoño I</i> Iván PÉREZ MARINAS.....	29-54
«Esta señora de España siempre le pondrá cuernos con este enamorado de comunidades.» <i>Un análisis histórico-conceptual del discurso político en el movimiento comunero</i> Antonio SUÁREZ VARELA.....	55-96
<i>El Sol de Occidente, San Benito (1697), una comedia desconocida de José de Cañizares</i> Elisa DOMÍNGUEZ DE PAZ.....	97-116
<i>Algunos apuntes sobre el legado de Quintiliano en España durante los siglos XVII, XVIII y XIX</i> Guillermo SORIANO SANCHA.....	117-134
<i>Aspectos históricos de Teruel a partir de un problema aritmético del siglo XVIII. Una propuesta multidisciplinar</i> Vicente MEAVILLA SEGUÍ & Antonio M. OLLER MARCÉN.....	135-150
<i>Acerca del discurso occidental en los relatos mesoamericanos</i> Rodolfo FERNÁNDEZ & Diana CARRANO.....	151-166
<i>La cultura lúdica en los rituales funerarios de Iberoamérica: los juegos de velorio</i> Jaume BANTULÀ JANOT & Andrés PAYÀ RICO.....	167-188

<i>Los kakemonos del conde Giuseppe Primoli (1851-1927)</i>	
María Pilar ARAGUÁS BIESCAS	189-202
<i>El «otro» ainu en el cine documental japonés: del redescubrimiento de las minorías en la posguerra al recuerdo como reivindicación en Tadayoshi Himeda</i>	
Marcos CENTENO MARTÍN	203-230
<i>Cocina, transformaciones sociales y nuevos conceptos para nuevas prácticas alimentarias: el caso de la «cuina compromesa» (Burg, Pirineo de Lleida)</i>	
Neus MONLLOR, Jaume GUILLAMÓN, Carles GUIRADO, F. Xavier MEDINA & Ignacio L. MORENO.....	213-256
<i>De las lentejas con chorizo a la pizza congelada: prácticas alimentarias del hombre tardomoderno en la era de Internet</i>	
José Ignacio ARÉVALO SEVIL	257-282
<i>Postmodernism and / or Post-History. Philosophical and Political Proceedings</i>	
Viorella MANOLACHE.....	283-296
Notas y reseñas	
Historia de la ciudad de Teruel, coords. M. Martínez & J. M. Latorre	
Alejandro RÍOS CONEJERO.....	299-304
<i>¿Iría Ulises al médico si fuera inmigrante en España?</i>	
Jorge SOLER GONZÁLEZ	305-313
Sumarios	315-330
Normas para la publicación de originales	331-336
Boletines de suscripción e intercambio	337-339

STVDIVM 20 (2014)

Stvdivm. Revista de Humanidades

Prensas de la Universidad de Zaragoza
Universidad de Zaragoza. ISSN: 1137-8417

TABLE OF CONTENTS

Articles

Nosce te Ipsum: <i>Essay on a Topic from the Universal Arts</i> José PALOMARES EXPÓSITO	13-28
<i>Works from the Chronicles of Alfonso III: Crónica de Alfonso II sobre el final de los reyes godos, Leyenda de Covadonga, Crónica de Sebastián de Salamanca and Crónica de Ordoño I</i> Iván PÉREZ MARINAS	29-54
<i>“Esta señora de España siempre le pondrá cuernos con este enamorado de comunidades.” A Historical and Conceptual Analysis of the Political Discourse of the Comunero Movement</i> Antonio SUÁREZ VARELA	55-96
<i>The Sun of the West, San Benito (1697): An Unknown Comedy by José de Cañizares</i> Elisa DOMÍNGUEZ DE PAZ	97-116
<i>Some Notes on the Influence of Quintilian in Spain in the 17th, 18th and 19th Centuries</i> Guillermo SORIANO SANCHA	117-134
<i>Historical Aspects of Teruel Arising from an 18th Century Arithmetical problem: A Multidisciplinary Proposal</i> Vicente MEAVILLA SEGUÍ & Antonio M. OLLER MARCÉN	135-150
<i>On the Western Discourse of Mesoamerican Texts</i> Rodolfo FERNÁNDEZ & Diana CARRANO	151-166
<i>The Leisure Culture in the Funeral Rituals of Latin America: Funeral Wake Games</i> Jaume BANTULÀ JANOT & Andrés PAYÀ RICO	167-188

<i>The Kakemonos of Count Giuseppe Primoli (1851-1927)</i>	
María Pilar ARAGUÁS BIESCAS	189-202
<i>The «Other» Ainu in Japanese Documentary Cinema: From the Rediscovery of Minorities to Memory as Struggle in Tadayoshi Himeda's Films</i>	
Marcos CENTENO MARTÍN	203-230
<i>Cuisine, Social Transformations and New Concepts for New Food Practices: The Case of «Cuina compromesa» (Burg, Lleida Pyrenees)</i>	
Neus MONLLOR, Jaume GUILLAMÓN, Carles GUIRADO, F. Xavier MEDINA & Ignacio L. MORENO.....	231-256
<i>From Lentils with Chorizo to Frozen Pizza: Eating Habits of Late Modern Man in the Internet Era</i>	
José Ignacio ARÉVALO SEVIL	257-282
<i>Postmodernism and/or Post-History. Philosophical and Political Proceedings</i>	
Viorella MANOLACHE.....	283-296
Notes & Reviews	
Historia de la ciudad de Teruel, coords. M. Martínez & J. M. Latorre	
Alejandro RÍOS CONEJERO.....	299-304
<i>Would Ulysses Go to the Doctor if He were and Immigrant in Spain?</i>	
Jorge SOLER GONZÁLEZ	305-313
Abstracts	315-330
Guidelines for Contributors	331-336
Subscription and Exchange Policy	337-339

DE LAS LENTEJAS CON CHORIZO A LA PIZZA CONGELADA: PRÁCTICAS ALIMENTARIAS DEL HOMBRE TARDOMODERNO EN LA ERA DE INTERNET

From Lentils with Chorizo to Frozen Pizza: Eating Habits of Late Modern Man in the Internet Era

José Ignacio ARÉVALO SEVIL*
Universidad de Barcelona

Resumen

Este trabajo presenta datos cuantitativos de la sociedad española sobre el empleo del tiempo dedicado por hombres y mujeres a actividades culinarias en los intervalos de 2002-2003 y 2009-2010. También incluye cifras relativas al consumo de alimentos entre los años 2005-2012 y referencias al uso de Internet y la presencia del hecho alimentario en la red. El análisis muestra que cada vez se emplea menos tiempo en actividades culinarias, lo cual se refleja en el consumo de alimentos; aumentan los de rápida y fácil preparación —destacando los platos preparados— y disminuyen los de larga cocción como las leguminosas. Junto a ello, la presencia del hecho alimentario en la sociedad adquiere relevancia tanto en la red como en el día a día. De igual modo, se presenta un debate sucinto de cómo la nueva *era internet* está cambiando el funcionamiento de nuestros cerebros y nuestro hasta ahora proceso mental lineal debido a que modifica nuestra atención, dispersa y divide nuestra percepción. Se concluye con una reflexión donde se expone que las transformaciones en la sociedad están produciendo un cambio en la aparición de nuevos valores culturales en el hecho alimentario y no una pérdida o depreciación de dichos valores. A su vez se propone la conveniencia de plantearse la cuestión sobre por qué el hombre tardomoderno teme la desaparición de dichos valores.

Palabras clave: hecho alimentario, prácticas alimentarias, empleo del tiempo, internet, hombre tardomoderno

* Investigador de la Universidad de Barcelona y miembro de ICAF-Spain, es B.A. en Cultural Studies por la University of Sussex y titulado en el Máster Europeo de Historia y Cultura de la Alimentación (UB). Correo electrónico: jignarese@gmail.com. Fecha de recepción del artículo: 11 de julio de 2014. Fecha de aceptación: 5 de septiembre de 2014. Actualización de datos estadísticos: mayo de 2015.

Abstract

The paper presents Spanish population quantitative data in terms of time dedicated to culinary activities by both men and women during the periods 2002-2003 and 2009-2010; figures related to food consumption between the years 2005-2012 with references to the use of Internet and food facts thereon. Results demonstrate a steady reduction in time spent on culinary activities, reflected in food consumption—increased use of convenience foods, the growth in ready—made food and a lessening intake of foods requiring longer cooking times, such as leguminous dishes. Together with the above, the article shows the significant and active presence of food facts both in modern society and the Internet. Moreover, a concise discussion is presented related to how the behaviour and operation in the new Internet age is changing our previously linear thought processes, modifying our attention and divisions of awareness. The final part concludes with a reflection expressing that it is a product of transformations in society, rather than a loss of cultural values in eating habits that is producing change and the emergence of new ideals and on the desirability of raising the question about why the late-modern human fears the disappearance of such values.

Key words: foodways, eating habits, internet, use of time, Late Modern man

1. INTRODUCCIÓN

Este texto toma como punto de partida el hecho alimentario “comme un fait social total” (Poulain, 2002: 131) aplicando una “mirada totalizadora”¹ (Contreras y Gracia, 2005) para esgrimirlo como una “mise en scène et théâtralisation des valeurs d’une cultura et, par conséquent, comme lieu de lecture des identités culturelles” (Poulain, 2002: 132). Partiendo de esta premisa, las prácticas alimentarias, hecho común en todas las civilizaciones y culturas, nos muestran las pautas y comportamientos que se dan dentro de las sociedades con unos valores culturales determinados; los cuales vienen delimitados por el binomio espacio-tiempo en el que estemos situados. Es por ello, que el hecho alimentario se convierte en una actividad estructurante y organizadora en el día a día de nuestras vidas.²

1. Los autores interpretan la mirada totalizadora del hecho alimentario como “una mirada que, además, ponga énfasis en explicar y hacer inteligibles las particularidades y recurrencias de los comportamientos humanos relativos a la comida.” (Contreras y Gracia, 2005: 14)
2. En el día a día de nuestras vidas pues engloba aspectos económicos, sociales, uso y organización del tiempo, convicciones personales y/o religiosas, el ámbito de la salud, de la imagen entre muchos otros. Los planteamientos de Richards (1939) y sus perspectivas

Las prácticas que envuelven la adquisición, la preparación y el consumo de alimentos vienen dictadas en primera instancia por necesidades biológicas y por la capacidad de adquirir productos alimentarios, pero la elaboración y puesta en escena de estas prácticas se lleva a cabo según costumbres culturales (Lupton, 1996). El hecho alimentario, según Counihan (1999), *foodways*, es revelador a la hora de entender la construcción de la identidad y el imaginario colectivo a través de las culturas en diversos momentos históricos. De esta forma, según la antropóloga, las prácticas alimentarias forman y moldean la cultura y la personalidad tanto en el ámbito familiar como en el de la comunidad o sociedad a la que se pertenece.

Hoy en día forma parte del imaginario de un segmento de la sociedad, postulado por Falk (1991), que la cultura y las creencias relativas a la comida son absorbidas en edades tempranas y están muy unidas a la familia y a sus subculturas. La preparación de comida³ es parte de la incorporación del individuo a su propia cultura y comunidad. En este aspecto Holtzman destaca el poder de la comida en la memoria y en los recuerdos de los individuos, así como las asociaciones que a partir de ella se dan: “the sensuality of eating transmits powerful mnemonic cues principally through smells and tastes.” (2006: 373)

Resumiendo lo hasta ahora expuesto y en otras palabras, las pautas y comportamientos que se dan en la sociedad son los responsables de la consideración cultural y social del hecho alimentario y a su vez, como se apunta en el primer párrafo, las prácticas alimentarias nos muestran los patrones y conductas, no solamente alimentarios, de los individuos de la sociedad.

El momento actual

Los modelos, conductas, relaciones y acciones sociales no son algo fijo, son móviles y variables, y los que acontecen en la actualidad no coinciden con los que se dieron en el pasado y muy probablemente tampoco con los que sucederán en el futuro; al menos no en su totalidad. Entendemos por

funcionalistas sobre la alimentación como una actividad que estructura y organiza la vida social están expuestos en Díaz Méndez y Gómez Benito (2005).

3. En la preparación de la comida no se incluye solamente el hecho físico de cocinar, también el abastecimiento de productos y su preparación antes de ser cocinados, así como la acción de poner la mesa y retirarla, el acto en sí mismo de comer y todo lo vinculado a este proceso, que no es fijo y parejo, sino que varía según las circunstancias de cada individuo o núcleo familiar.

acción social “cualquier tipo de proceder humano que significativamente se orienta por las acciones de otros, las cuales pueden ser pasadas, presentes o esperadas como futuras.” (Giddens sobre Weber, 1998: 252) Además, tampoco todos nos comportamos siempre de igual manera, “muchas de las relaciones que integran la vida social tienen un carácter transitorio, y están constantemente en proceso de formación y disolución.” (*ibid.* 1998: 253) Por ello, tanto la sociedad como los que la formamos estamos en continua transformación, y nuestras acciones sociales pueden darse de forma racional o irracional. En ellas intervienen factores como los fines, los valores, el afecto, los hábitos, las costumbres, las emociones, y los ideales.⁴

Producto de la evolución de la sociedad y partiendo de los postulados de Giddens (1999) sabemos que modelos llamados ‘tradicionales’ han sido desmantelados por los nuevos estilos de vida consecuencia del proceso modernizador de la sociedad (Beck, 1996; Bauman, 1997) y ello ha derivado en cambios substanciales de ésta. Esta metamorfosis de la sociedad, según Lipovetsky (2004), se ha caracterizado por una fuerte reafirmación de la individualidad como consecuencia de que los estados y las instituciones sociales ya no pueden ofrecer y garantizar la misma solidez que venían ofreciendo con anterioridad. Según el análisis del autor, la extrema individualización es consecuencia de una situación de euforia colectiva que produjo un comportamiento social de inconsciencia; basado en vivir el presente, olvidarse del pasado y no preocuparse sobre el futuro. Una vez que la solidez anteriormente garantizada tanto por estados como por instituciones sociales empieza a debilitarse, aparece como consecuencia de ello un interés sobre la salud, una mayor preocupación sobre las situaciones de crisis económicas y una inquietud por el desempleo; produciéndose de este modo una fuerte reafirmación de la individualidad.

Junto con esta transformación de la sociedad y del comportamiento de quienes la forman, el hecho alimentario deriva en lo que se ha llamado en la sociedad francesa *hipermodernidad alimentaria*. (Ascher, 2005) Caracterizada por un comensal ecléctico e individualista cuyas prácticas alimentarias vienen determinadas por las múltiples elecciones diarias, donde su peso simbólico y las emociones que suscitan son reveladores de la sociedad hipermoderna.

En España, este proceso de transformación del hecho alimentario en la sociedad se conoce como *modernidad alimentaria*. Según los antropólo-

4. Weber diferencia cuatro tipos de proceder social: el racional con arreglo a fines, el racional con arreglo a valores, el afectivo y el tradicional. (Giddens, 1998: 252-256)

gos Contreras y Gracia (2005: 417-426), comienza a partir de los años cincuenta y factores como la industrialización y urbanización del espacio, los cambios de la estructura económica, las transformaciones que se han desarrollado en el mercado laboral, el aumento del nivel de vida de la población, la mayor incorporación femenina en el trabajo productivo remunerado, las variaciones de la composición familiar así como sus estructuras, la cultura del cuerpo y el influjo de la delgadez o el nuevo valor dado al tiempo de trabajo y de ocio, son entre otros, algunos de los factores de este proceso. Estos agentes explican las características en los cambios de los comportamientos alimenticios, es decir, la actual 'modernidad alimentaria'. Dentro de este proceso, según M. Gracia (1996) y P. Herrera (2010), las formas de transmisión del conocimiento alimentario son de las más afectadas dentro de esta transformación. Este proceder se venía realizando principalmente de abuela a madre y de madre a hija pero la proliferación del hecho alimentario tanto en televisión como en internet, junto con lo expuesto con anterioridad, está modificando esta transmisión generacional del saber alimentario.

Más recientemente, las pautas y comportamientos que en la sociedad se dan y que nos han de ayudar a comprender y explicar el hecho alimentario, apuntan, de acuerdo con el filósofo Byung-Chul Han (2012), a que vivimos en una sociedad con *exceso de positividad*; lo cual se refleja en un exceso de estímulos, de información y de impulsos. Paralelamente, en los últimos años, y más concretamente desde el comienzo del nuevo siglo, ha aparecido una cantidad ingente de enfermedades psicopatológicas⁵ como la depresión, el trastorno por déficit de atención con hiperactividad (TDAH), el trastorno límite de la personalidad (TLP) o el síndrome de desgaste ocupacional (SDO) cuyo diagnóstico no corresponden a cuadros infecciosos "ocasionados por la negatividad de lo otro inmunológico, sino por un exceso de positividad" (Han, 2012: 12). La sociedad actual es una "sociedad de rendimiento" (Han, 2012: 25) donde el sujeto que la forma "es dueño y soberano de sí mismo" y, por ello, "no está sometido a nadie, mejor dicho, sólo a sí mismo." (*ibid.* 2012: 31). El individuo ha metamor-

5. El consumo de antidepresivos en España ha pasado de 26,5 DHD en el año 2000 a 79,5 DHD en el año 2013, representando un incremento de 200%. El consumo de ansiolíticos e hipnóticos en su conjunto pasó de 56,7 DHD en el año 2000 a 89,3 en el año 2012, representando un incremento del 57,4%. Datos extraídos de la Agencia Española de Productos y Medicamentos Sanitarios adscrita al Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad publicados en 27/01/2014.

foseado su extremo individualismo por una libertad obligada o por una libre obligación impuesta por él mismo.

Dentro de este contexto social, y como apuntaron diez años atrás Contreras y Gracia (2005), el ámbito de la alimentación, la gastronomía y una gran parte de la publicidad que envuelve al *hecho alimentario* se han consolidado una serie de valores en los que predomina: el aspecto hedonista de la comida, el valor de los productos de carácter tradicional y/o local, los particularismos alimentarios basados en la ecología, el consumo sostenible y la salud elevada a la categoría de diosa. También dentro del hecho alimentario somos libres para elegir las constricciones que restringen nuestro día a día.

Con la idea de profundizar en la situación actual del hecho alimentario, vamos a partir de tres factores que están presentes en la sociedad actual: el consumo de alimentos realizado por los ciudadanos en 2005 y 2012, el uso y el empleo del tiempo relacionado con la preparación de alimentos en los años 2002-2003 y 2009-2010 y, por último, la presencia del hecho alimentario en internet. A partir de ellos, se estará en disposición de considerar las prácticas y comportamientos alimentarios actuales, con las matizaciones que los datos cuantitativos puedan suscitar.

2. CONSUMO DE ALIMENTOS

En el presente apartado vamos a analizar los datos proporcionados por el MAGRAMA (Ministerio de Agricultura, Ganadería, Alimentación y medio Ambiente). A partir del análisis sobre el consumo de alimentos, vamos a buscar paralelismos con pautas, comportamientos y acciones sociales. Una reflexión que nos acerque a entender el hecho alimentario actual con la intención de explicar los motivos del aumento o disminución en el consumo de ciertos alimentos.

Se presenta el diferente consumo de alimentos dividido en cuatro clases o grupos sociales⁶: clase alta y media alta, clase media, clase media baja y clase baja. También se muestra el consumo total del alimento en España. Para todo ello se ha acotado el periodo y se toman dos referencias. La inicial, el año 2005, algunos años antes del inicio de la crisis económica actual; y la final, 2012. Un intervalo de siete años parece un periodo suficiente para obtener una referencia fiable sobre el consumo de los alimentos analizados.

6. La división de clases y los parámetros elegidos para ello son los proporcionados por el MAGRAMA.

Se han elegido alimentos sólidos, obviando líquidos como aceites, leche y derivados lácteos así como vinos y espumosos. Se ha intentado elegir para analizar su consumo, alimentos o grupos de alimentos populares, es decir, lo que la gran mayoría de la gente podría tener en su nevera y despensa: pasta, arroz, legumbres, hortalizas frescas y platos preparados. Los datos presentados se refieren a Kg/persona/año.

PASTA. El consumo total de pasta en España permanece casi estable en el periodo estudiado (Figura 1). Se aprecia un leve aumento de 3,61 a 3,85. Cabe destacar el aumento en la clase baja de 2,72 a 3,12 y el en la clase media-baja de 3,56 a 3,85. Y el leve descenso en la clase alta y media-alta que pasa de 4,42 a 4,27. La clase media aumenta de 3,90 a 4,09.

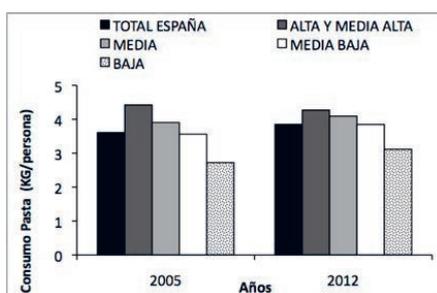


Figura 1: Pasta

ARROZ. En el consumo de arroz (Figura 2) se aprecia un descenso tanto en el total de España de 4,67 a 4,01 como en todas las clases representadas. La clase baja desciende de 4,14 a 4,02, la clase media-baja pasa de 4,85 a 4,01; la clase media de 4,86 a 3,89 y la clase alta y media-alta de 4,81 a 3,93.

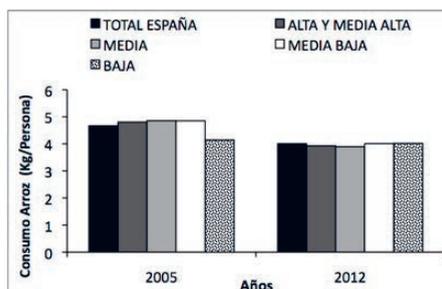


Figura 2: Arroz

LEGUMBRES. El consumo de legumbres (Figura 3) ha descendido en todas las clases sociales y por ello en el total de España de 3,48 a 3,19. Cabe destacar el descenso considerable en la clase media-baja, que pasa de 3,64 a 3,10 así como el significativo descenso en la clase alta y media-alta con valores de 3,65 a 3,11. La clase baja desciende el consumo mínimamente, de 3,27 a 3,20 y la clase media-baja varía de 3,42 a 3,11.

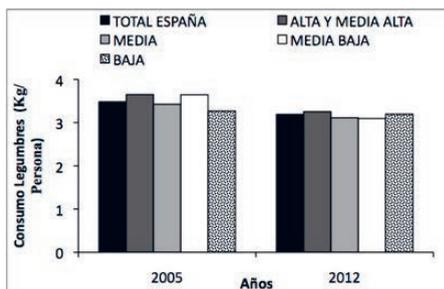


Figura 3: Legumbres

HORTALIZAS FRESCAS. Se aprecia un aumento (Figura 4) en el total de España de 56,16 a 62,31 y un aumento en todas las clases sociales. Destacando tanto el leve incremento en la clase baja —de 58,44 a 59,05— como el gran aumento en la clase alta y media-alta que pasa de 57,56 a 71,28. La clase media-baja aumenta de 55,63 a 59,04 y la clase media de 53,98 a 60,41.

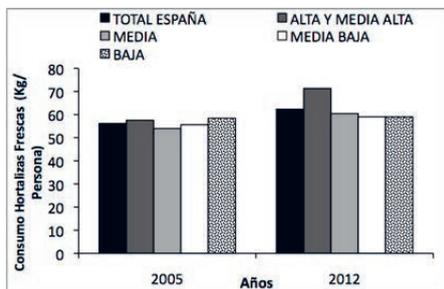


Figura 4: Hortalizas frescas

PLATOS PREPARADOS. El consumo de platos preparados aumenta significativamente (Figura 5) tanto en el total de España de 10,12 a 12,08, como en todas las clases. El aumento es similar en todas las clases, es decir, todas aumentan y de forma parecida. La clase baja pasa de 6,90 a 8,47, la clase

media-baja asciende de 9,43 a 11,91, la clase media de 11,26 a 12,97 y la clase alta y media-alta de 13,71 a 15,38.

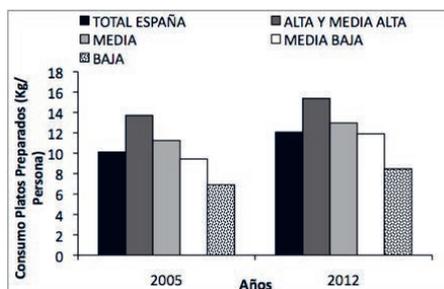


Figura 5: Platos preparados

Algunas observaciones

Pese a que cinco alimentos o grupos de alimentos no pueden ser representativos para aseverar hipótesis o conclusiones con cierto rigor científico, sí nos ofrecen una primera visión para posteriores estudios. En este primer boceto faltan datos que serían importantes constatar para poder ofrecer un primer diagnóstico, como por ejemplo, la oscilación o no del precio de los productos. Tampoco es el propósito del análisis, aún siendo de gran importancia, reflexionar en profundidad sobre la influencia de la crisis económica actual en el aumento o la disminución del consumo de productos.⁷

La pasta, un alimento rápido y fácil de preparar, económico y plato tótem de estudiantes y solteros dentro de la cultura popular, no muestra una gran diferencia en su consumo total en siete años. Su accesibilidad a todas las clases sociales así como la facilidad a la hora de prepararlo lo convierte en un alimento *para todos los públicos*. Todas las clases menos la clase alta y media-alta, aumentan su consumo, destacando la clase baja como la más marcada en ello. Considerando la situación económica actual, es fácil suponer que la clase baja aumente el consumo de alimentos más económicos al igual que la media-baja.

El consumo de arroz desciende de forma considerable pese a ser la pae-

7. Para un análisis profundo sobre el hecho alimentario en este tiempo de crisis actual véase el trabajo de Gracia-Arnaiz, *Comer en tiempos de crisis nuevos contextos de salud y alimentación en España*.

lla uno de los platos identitarios con más marcado carácter en nuestra cultura. No solamente la paella sino todas las variantes de arroces de nuestra cultura alimentaria. ¿Estamos dejando de comer paella o ya solamente la comemos los jueves en restaurantes, fuera de casa o en momentos puntuales en verano cerca de la playa? ¿Qué está pasando con la paella familiar del domingo? ¿Sabemos cocinar una paella? ¿Y el arroz? Cocinarlo de manera que no se quede pasado y pastoso, darle el tiempo de cocción necesario, la proporción de agua o caldo que necesita así como subirle y bajarle la intensidad del calor con que se cocina. ¿Estamos olvidando como se hace algo tan simple y sabroso como un arroz con alcachofas? ¿Se saben pelar las alcachofas? Se observa que desciende sin distinción de clases el consumo de arroz destacando el descenso de la clase media baja y el más significativo, el de la clase media. Una hipótesis que se plantea es que la proliferación en el mercado de arroces pre-cocinados que ahorran tiempo en su preparación y cocción haya hecho descender el consumo de arroz en grano. Existe un amplio mercado y muchas variedades de este producto —desde el arroz que se cuece en escasos minutos hasta otros más elaborados con carnes y verduras—, lo cual convierte este recurso en asequible, accesible, rápido y fácil. El tiempo de preparación del arroz, aun no siendo un alimento que necesite de mucha cocción, supera con creces al de la pasta.

El consumo de legumbres baja considerablemente, casi de forma inversamente proporcional a la que aumenta el deseo de ser comidas. Cada vez está más incrustado en el imaginario popular el saborear unas lentejas con chorizo o unas judías pintas en un restaurante, sobre todo si hace algo de frío o si el establecimiento está situado en un núcleo rural donde huele a chimenea. La publicidad ya ha dado buena cuenta de ello. El análisis muestra que cada vez se consumen menos legumbres en todas las clases sociales, pese a ser un alimento asequible económicamente en su versión más estándar, el grano seco. Al contrario, dentro de los alimentos de gama alta algunas legumbres alcanzan precios elevados. Llama la atención el descenso significativo en la clase alta y media-alta y el de la clase media-baja. El factor tiempo podría ser un fenómeno determinante en estos casos. La clase alta y media-alta suele hacer la comida principal fuera de casa, en restaurantes, estando las legumbres dentro del abanico de comidas que consumen en establecimientos de restauración. Es probable que la clase media-baja, con las constricciones propias del día a día, no disponga de mucho tiempo para su elaboración. Las legumbres se empiezan a preparar desde la noche anterior, dejándolas en remojo para facilitar así su posterior cocción. Es un alimento que precisa de unos conocimientos mínimos para cocinarlo y de tiempo de cocción abundante, salvo en el caso de realizarlo

con algún robot de cocina o de usar legumbres precocinadas. Incluso con la olla a presión, su tiempo de cocción está por encima del de muchos de los alimentos que ingerimos habitualmente. El hombre de la “sociedad de rendimiento” (Han, 2012: 25) no tiene tiempo para prepararse unas lentejas o unos garbanzos, pero sí recursos para pagarlas en un restaurante. Otro factor a tener en cuenta es que cada vez en más casas está siendo sustituida la cocina de gas butano o gas ciudad por las placas vitrocerámicas, de inducción o similares, que son de funcionamiento eléctrico. El precio de la electricidad cada vez es más alto,⁸ lo cual está transformando alimentos de larga cocción, como las legumbres, en platos de un coste elevado. La frase “Está la luz como para hacerse unas lentejas a fuego lento” empieza a ser muy común entre la población. En algunas casas incluso está próximo a desaparecer el espacio de la cocina y ha quedado reducido a la mínima expresión: un microondas y una sola placa eléctrica para cocinar. La cocina está pasando —principalmente en los pisos de solteros—as—, de ser *el alma de la casa* a un lugar donde lavar las tazas del café con leche del desayuno y tirar a la basura los envoltorios de la cena. Se deshumanizan las casas con la reducción de la cocina. La cocina doméstica, como espacio físico, ha venido siendo el lugar enraizado y habitual de adquisición y traspaso del conocimiento y del aprendizaje alimentario. En ella, el hecho de transmitir el saber alimentario no se reduce a la preparación de comidas siguiendo una lista de ingredientes e instrucciones de cómo combinarlos sino que, basándose en la práctica, la imitación y la exploración, adquiere una dimensión esencial en la formación de la identidad de quien aprende y en su inmersión en una comunidad y en la sociedad. Este cambio en el diseño de las cocinas actuales junto con el aumento del precio de la electricidad no ayuda al consumo de legumbres.

Hay que destacar también que las legumbres son un plato que se ha venido preparando durante el transcurso de los años para varios comensales y del que solían quedar restos de un día para otro. Hoy en día, el estilo

8. Según datos del mes de abril 2015, de la organización no gubernamental Facua-Consumidores en Acción, el recibo del usuario medio ha pasado de los 66,33 euros mensuales de marzo de 2014 a los 74,73 euros de marzo de 2015 (impuestos indirectos incluidos). Lo que indica una diferencia al alza de 8,40 euros. La factura de la luz del usuario medio acumula una subida interanual del 12,7%. La subida interanual del precio medio del kWh ha sido hasta marzo 2015 del 18%. Información disponible en: <https://www.facua.org/es/noticia.php?Id=9268> Última vez visitada 22-04-2015. Agradezco a los editores de la revista la posibilidad de haber podido actualizar el estudio con estos y otros datos relativos tanto al segundo semestre de 2014 como al primero de 2015.

de vida, los diferentes horarios en las comidas y cenas y la disminución de los miembros familiares reduce considerablemente el número de comensales. Cocinar legumbres para una sola persona no es de lo más común. El modo de vida actual ha metamorfoseado por completo el significado de las legumbres, que han pasado de ser una comida económica, muy habitual y doméstica, a realizarse en bares y restaurantes, de precio elevado dependiendo del tipo de cocina y de legumbre, y poco frecuente. Como apuntan Contreras y Gracia (2012:48) “disminuye la ingesta de aquellos alimentos que necesitan ser cocinados y forman parte de platos y de comidas más o menos estructuradas y que acostumbran a tener lugar dentro de horarios, lugares y circunstancias relativamente precisas.” Tal es el caso de las legumbres.

Las hortalizas frescas aumentan levemente su consumo tanto en el nivel total de España como por clases. Incluso la clase baja, asociada a un consumo minoritario de productos frescos ha aumentado muy levemente su consumo con respecto al 2005. La diferencia la marca el considerable aumento en la clase alta y media-alta, donde se observa un incremento significativo en el transcurso de los siete años. Esto puede deberse a varios factores. Entre ellos, una mayor conciencia sobre la importancia de consumir e introducir estos alimentos en nuestra dieta tras las recomendaciones dadas por nutricionistas, expertos desde el ámbito de la salud y por las campañas publicitarias.⁹ Otro de los agentes que pueden influir, aparte de su precio asequible, es que la preparación de las hortalizas frescas no conlleva un gran gasto de tiempo y son relativamente fáciles de preparar, lo cual las convierte en un recurso apropiado para la optimización del tiempo. Existe además una proliferación importante en el número y variedad de establecimientos que venden estos productos al ciudadano, así como la ampliación de la franja horaria en la que están abiertos. A su vez, son alimentos perfectos para la cena, una vez que se llega a casa después de la

9. Algunas de las últimas campañas lanzadas desde el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente para el fomento del consumo de hortalizas y verduras: *5 al día* es un movimiento internacional que promociona el consumo de frutas y hortalizas en el mundo y que está presente en más de 40 países de los 5 continentes; vigente de 2004-2007. *Frutas y verduras de temporada. Calendario* (2008). *Verduras de temporada. De toda confianza* (2011). *Dieta Mediterránea. Nuestra dieta, nuestro mejor legado* (2011). *Frutas y verduras de España, cada día. Del campo para ti* (2011). *Necesito frutas y verduras cada día* (2011). *Pósters de frutas y verduras de España* (2013). *Frutas y verduras de temporada. En beneficio de todos ¡No las dejes pasar!* (2014). *FRUTA Y VERDURA de aquí y de ahora* (2014).

actividad diaria. Como se ha expuesto con anterioridad las clases altas y media-alta suelen hacer sus comidas del mediodía fuera de casa, convirtiéndose las hortalizas frescas en una óptima cena dada su rapidez, sencillez y la ligereza de su ingesta ligera.

Los platos preparados o alimentos de conveniencia son los únicos que suben de manera destacada tanto a nivel total como por clases. Su crecimiento en el consumo desde el 2005 al 2012 es progresivo y significativo comparado con el resto de alimentos. Podemos decir que es el producto estrella en la alimentación, de momento su crecimiento es ilimitado, es el *alimento capitalista del hombre tardomoderno*. Es destacable que el aumento más revelador se da en la clase media baja, donde probablemente las constricciones del día a día son mayores. A su vez, es en esta clase donde ha habido un mayor descenso en el consumo de legumbres. Los motivos podrían ser un compendio de circunstancias entre las que destacan tanto el factor económico —los precios de la comida preparada que se adquiere en supermercados y grandes superficies son asequibles—, como la optimización del tiempo, lo cual impide elaborar comidas de larga preparación. Siendo lo recién expuesto un primer pronóstico que debe ser estudiado con mayor profundidad. Casi lo mismo sucede con la clase alta y media-alta, donde los datos son muy parejos en cuanto al descenso en el consumo de legumbres y el aumento en el de platos preparados, a lo que hay que añadir el importante aumento en el consumo de hortalizas frescas. Evidentemente, el factor económico no es un factor a considerar dentro de este grupo. Como hemos mencionado con anterioridad es habitual que dentro de este estrato social, la comida principal del día se realice fuera de casa, en restaurantes. La apatía a la hora de cocinar con respecto a este grupo socioeconómico es manifiesta.

Según se observa, algo de lo que sí empezamos a estar seguros es que el consumo de comidas preparadas y alimentos de conveniencia es una práctica que aumenta cada vez más en nuestra sociedad. Es una práctica cotidiana y una acción habitual con todo lo que ello conlleva: “Todo individuo, con sus acciones cotidianas, vuelve a crear y reproduce la sociedad en cada momento: de aquí proviene lo que es estable en la organización social y éste es, a la vez, el origen de una modificación interminable.” (Giddens, 1998: 81)

Con el asentamiento y crecimiento del consumo de los alimentos de conveniencia estamos reproduciendo parte de nuestra *sociedad alimentaria*, que es un reflejo de nuestro estilo de vida. Además, somos el origen de una modificación, en este caso, de los hábitos y prácticas que había con

anterioridad a la llegada del *fenómeno* que produce la transformación y de la implantación de otros nuevos fenómenos. En otras palabras, si se originan cambios en los hábitos y prácticas prolongados en el tiempo, se concluye produciendo cambios culturales.

El hecho del significativo descenso en el consumo de legumbres y del considerable aumento del consumo de platos preparados en el grupo clase media baja durante este periodo de siete años, nos incita a pensar que se están produciendo cambios en las formas y estilos de alimentarse dentro de esa clase social, es decir cambios culturales e identitarios.

En estas observaciones hemos mencionado con frecuencia el uso y optimización del tiempo a la hora de la preparación de alimentos. Pasemos ahora a analizarlo.

3. EMPLEO DEL TIEMPO

La optimización del tiempo, su uso y empleo es de capital importancia en la sociedad de hoy en día. Debido a las constricciones del día a día el uso del tiempo está repartido entre múltiples quehaceres. Entre ellas, alimentarse se está convirtiendo en un trámite que en algunos casos cuanto menos tiempo nos ocupe mejor. Cada vez decidimos invertir menos tiempo en actividades culinarias. Según los datos del Instituto Nacional de Estadística en el año 2002-03 se dedicaba de media 1 hora y 34 minutos al día en a actividades culinarias, repartidas en 1 hora y 57 minutos las mujeres y 49 minutos los hombres. Más recientemente, los datos del INE correspondientes al año 2009-10 nos muestran una media de 1 h y 27 minutos dedicada a las mismas actividades. Repartidos en 55 minutos los hombres y 1 hora y 44 minutos las mujeres. Como anota Gracia (2014:10) “se apunta cierta equiparación entre géneros respecto a la encuesta anterior.” Según se aprecia, el aumento del tiempo dedicado por los hombres a dichas actividades es de 6 minutos, mientras que el descenso del tiempo dedicado por las mujeres es de 13 minutos. El descenso entre los dos periodos es de 7 minutos. En el hipotético caso de mantenerse esta proporción en el reparto del tiempo dedicado a actividades culinarias entre mujeres y hombres, dentro del intervalo de años dado, haría faltar esperar hasta los alrededores del año 2030 para que se igualase entre los dos géneros el tiempo invertido en dichas actividades y el total del tiempo dedicado habría descendido hasta alrededor de una hora.

Se observa, por un lado, que el tiempo dedicado a actividades culinarias —en las que no se incluye el aprovisionamiento de los productos— baja en

el 2009-10 y por otro, que independientemente de que correspondan o no a estructuras familiares centradas en la figura materna —que Carole Counihan (1999) denomina como “mother centered families”— cuanto más se equipara entre géneros el tiempo dedicado a estas actividades, menos tiempo total se dedica a ello. Empezamos a notar en el hecho alimentario los efectos de la lenta incorporación del hombre a las actividades culinarias. Así pues, se constata el descenso del tiempo que se dedica actividades culinarias y como hemos visto en el capítulo anterior, un aumento en el consumo de platos preparados. Sin embargo, no solamente es la lenta incorporación del hombre en las actividades culinarias el único factor, pues sabemos por Contreras y Gracia (2012) que el interés por aprender a cocinar entre las medianas y jóvenes generaciones es bajo.

Una primera lectura es que se cocina menos, pero intentemos matizar los datos cuantitativos.

La tecnología va avanzando con el paso de los años e introduciéndose cada vez más entre la población. Sabemos que “el maquinismo doméstico ha modificado los tiempos de preparación” (Contreras y Gracia, 2012: 46) y que tanto los robots de cocina como los lavaplatos y cortadoras-picadoras entre otros, nos ahorran gran cantidad de tiempo.

Dentro de esta optimización del tiempo dedicado a actividades culinarias y continuando con la idea de Fischler (1995) de que los alimentos servicios ahorran tiempo y trabajo, el uso de alimentos pre-cocinados y de alimentos crudos, que vienen limpios, troceados y cortados, *alimentos ready to go*, nos ayudan a la rápida elaboración de comidas. Hoy en día, como hemos visto en el apartado anterior, hay, por ejemplo, un descenso en el consumo de legumbres, que son alimentos que conllevan bastante tiempo de preparación. En referencia al segundo tipo de alimentos mencionados, los crudos, la variedad existente va desde lechugas, verduras y hortalizas cortadas y limpias, así como piezas de carne deshuesadas y troceadas, hasta pescados desespinaados. Todos estos alimentos tienen un tiempo de preparación mínimo, es suficiente con abrir el recipiente en el que vienen y ponerlos directamente en la sartén. Muchos de ellos vienen hasta aderezados y aliñados.

De igual manera y en relación con lo expuesto en el apartado anterior, se aprecia que los alimentos que son fáciles y rápidos de preparar aumentan o mantienen su consumo. Es el caso de las hortalizas frescas, de la pasta y por supuesto de los alimentos de conveniencia. Hoy en día dedicamos menos tiempo a actividades culinarias, entre otras cosas porque los

alimentos que cocinamos son de elaboración rápida, vienen listos para usar y nos ayudamos de maquinismo doméstico.

Podemos deducir sobre el descenso del empleo del tiempo dedicado a actividades culinarias y de las observaciones realizadas en el capítulo anterior sobre el consumo de alimentos, que existe una relativa lógica en el comportamiento del hecho alimentario, es decir, *se come como se vive*. En nuestra sociedad de hoy en día el factor tiempo-rendimiento es capital. Las generaciones jóvenes y medianas coinciden en que “se cocina muy poco. Se come muy rápido. Todo se compra hecho.” (Gracia, 2014: 10)

Se ha presentado una sucinta reflexión sobre la relación entre el empleo del tiempo dedicado a las actividades culinarias junto con el consumo de algunos alimentos anteriormente analizados.

4. INTERNET

En el apartado que comienza se expone la presencia del hecho alimentario en Internet, así como algunas consideraciones de cómo nuestro cerebro reacciona.

4.1 Internet y nuestro cerebro

Internet, el mundo virtual y digital se ha instaurado en la sociedad. Su aumento es progresivo y cada vez abarca más ámbitos. Hoy en día es difícil encontrar algún aspecto de nuestra sociedad o de nuestra vida donde no aparezca Internet. El 76% de los usuarios declara que les “ayuda a mantener su estilo de vida”, en 2012 invertíamos 14,1 horas semanales online y del 2012 al 2014 se incrementó en un 8% el número de horas semanales que estamos en la red,¹⁰ actualmente, según datos recientes¹¹ un 76,2% de la población declara que usa Internet y el 78,7% lo usan a diario. Su crecimiento es revelador, en 2013 aumentó en 0,7 millones de usuarios respecto a 2012 y en el año 2014 hubo 1,4 millones más que en 2013.

La aceptación de Internet como nuevo medio de comunicación ha sido y está siendo mayoritaria y de rápida ascensión en la sociedad. De acuerdo con Karp (2008) su magnitud no tiene precedentes y se ha convertido en tan sólo 20 años en el medio de comunicación e información preferido. Es

10. Mediascope Europe ES Results, 2012.

11. Fundación telefónica (2015).

evidente que como nueva manera de comunicarnos y relacionarnos está siendo un éxito. Lo digital y virtual se ha impuesto. Según parece y de momento, colma nuestras necesidades y facilita nuestro día a día que, ciertamente, se ha adaptado igual de rápido al nuevo medio como el medio a nosotros. No obstante, cabría preguntarse cómo este nuevo medio podría influir o está repercutiendo en nuestra forma de pensar y en el funcionamiento de nuestro cerebro. (Karp, 2008)

Se exponía en la introducción que vivimos en una sociedad con un exceso de estímulos, de información y de impulsos (Han, 2012). Hoy en día Internet es la fábrica de información y una lanzadera de estímulos. Cada vez que hacemos uso de la web, sonidos, colores, publicidad, hipervínculos, información buscada y deseada o no, entran en acción e interacción con nosotros, con células nerviosas específicas del cerebro —las neuronas— y se produce el comienzo del proceso sináptico.¹² Con anterioridad a Internet nuestra mente procesaba la información de forma “calmada, concentrada, sin distracciones” (Carr, 2011: 22); en la actualidad, “la mente lineal está siendo desplazada por una nueva clase de mente que quiere y necesita recibir y diseminar información en estallidos cortos, descoordinados, frecuentemente solapados —cuanto más rápido, mejor” (*ibid.* 2011: 22). Según Carr, a cambio de todo lo que Internet nos aporta, nosotros le estamos dando “nuestro viejo proceso lineal de pensamiento” (2011: 22), es decir, se está produciendo un cambio en nuestro proceso mental. Para Han (2012: 33-39), el exceso de estímulos “modifica radicalmente la estructura y economía de la atención” y ese es el motivo por el cual “la percepción queda fragmentada y dispersa.” Nuestra atención¹³ está sometida a múltiples informaciones continuamente, con lo cual salta de un lugar a otro a gran velocidad, provocando una “amplia pero superficial atención.” (*ibid.* 2012: 34). De acuerdo con los neurólogos “la sede del entendimiento

-
12. Al activarse una neurona se desencadena una sustancia química que se libera llamada neurotransmisor. “El flujo de los neurotransmisores en la sinapsis es la forma en que las neuronas se comunican entre sí, dirigiendo la transmisión de señales eléctricas a lo largo de complejos canales celulares. Nuestros pensamientos, recuerdos y emociones nacen de las interacciones electroquímicas entre las neuronas, con mediación de la sinapsis”. (Carr, 2011: 33)
 13. La atención puede parecer un concepto algo difuso, “pero es un estado físico real y produce efectos materiales en todo el cuerpo.” La atención comienza en los lóbulos frontales de la corteza cerebral, que hace que las neuronas de la corteza envíen señales a las neuronas del cerebro medio para que produzcan la dopamina. Para un análisis en profundidad de esto, véase Carr, 2011: 235.

es la memoria a largo plazo”, la cual necesita de atención y no interrupción; con las búsquedas rápidas y los hipervínculos interrumpimos la atención y las sinapsis neuronales que intervienen en la formación de la memoria a largo plazo. (Carr, 2011: 143-176)

Esto no quiere decir, según Carr, que “fomentar una detección y recogida de datos rápida sea malo. No lo es.” (Carr, 2011: 205) No obstante, en la actualidad vuelve a plantearse un tema común en la historia del pensamiento, al menos desde la Revolución Industrial, sobre si la verdadera erudición, sabiduría, cultura —Carr usa el término “ilustración”— se alcanza a través de la introspección y la contemplación, o en “el énfasis que Google y otras empresas de Internet hacen en la eficacia de intercambio de información como clave para el progreso intelectual.” (*ibid.* 2011: 205)

De nuevo, resurge la confrontación que ha acompañado al hombre en la formación de la sociedad moderna entre el pensamiento bucólico meditativo, para el que Google es una amenaza, y el ideal de la eficiencia industrial. Para Han, “la cultura requiere un entorno en el que sea posible una atención profunda” y “los logros culturales de la humanidad, [...] se deben a una atención profunda y contemplativa.” (Han, 2012: 35). Por esta razón, la atención multitasking basada en diferentes fuentes de información, múltiples tareas y variados procesos “no significa un progreso para la civilización.” (*ibid.* 2012: 33) Es más, la “escasa tolerancia al hastío” del proceder de la atención *multitasking* nos aleja del aburrimiento profundo, el cual “sería de cierta importancia para un proceso creativo.” (*ibid.* 2012: 35) De acuerdo con Cioran (1991: 176) “para despertar al mundo hay que exaltar la pereza” dado que el “perezoso tiene infinitamente más sentido metafísico que el agitado.” La agitación, como expone Han (2012: 35) sobre Walter Benjamin (1991: 118), “reproduce y acelera lo ya existente” y “la pura agitación no genera nada nuevo.” Según Han es “una regresión” dado que el hecho *multitasking* se encuentra desarrollado entre los animales salvajes; por ello, por ejemplo, un animal mientras se alimenta ha de dedicarse a otras funciones a la vez; siempre hay un trasfondo en sus actuaciones (vigilancia, protección etc.) y ello les impide “sumergirse de manera contemplativa en lo que tiene enfrente.” Desde este punto de vista, Han señala que el desplazamiento de la mente lineal por la nueva mente de estallidos cortos, *mente multitasking* junto con “los recientes desarrollos sociales y el cambio de estructura de la atención provocan que la sociedad humana se acerque cada vez más al salvajismo.” (Han, 2012: 34)

A este respecto y sin entrar en profundidad en el debate, pero por mirar concisamente la moneda por las dos caras, hay que añadir que aún no se

han realizado suficientes estudios como para medir los beneficios o perjuicios sobre la transformación de la mente lineal a la mente multitasking:

The only reason the intellectual benefits are not measurable is that they haven't been measured yet. There have been almost no studies that have looked at the potential positive impact of electronic media. Certainly there is every reason to believe that technological literacy correlates strongly with professional success in the information age. (Karp, 2008)

Es probable que para una nueva era deba darse una adaptación, cambios y consecuencias, y que el cambio en el funcionamiento de nuestra mente pueda ser una *variación mental* de lo hasta ahora conocido. Aún así y pese a los resultados que se puedan obtener en futuros estudios, los cambios culturales en la actualidad están siendo evidentes —hecho que no es nada nuevo pues cambios culturales se vienen produciendo desde el principio de las sociedades— y sólo se pueden valorar con algo de perspectiva.

No obstante, aparte de la necesidad de valorar los beneficios o pérdidas de lo que se acaba de presentar, nuestra vida y la cultura no es solamente intelectualidad. Por ello cabría preguntarse qué huecos ha llenado el *hecho internet* en nosotros, en nuestras vidas y en nuestra existencia para formar parte de ella con tanta rapidez. Sus ventajas y usos todos los sabemos, pues los disfrutamos a diario.

4.2 Internet y el hecho alimentario

Volviendo al hecho alimentario en nuestra sociedad, éste está presente en múltiples ámbitos como la salud, la imagen, las ideologías o creencias personales, el hedonismo y la *gourmandise*, las costumbres y la innovación, la nutrición, el arte, la ecología, la lucha de clases, la globalización, industrialización y producción en masa de alimentos, las desigualdades de género, la espectacularización de la comida, el sexo, la publicidad y otros tantos y más ámbitos que se dejan por enumerar.

Dentro de la realidad virtual¹⁴ —que como propiamente indica la expresión, gracias a un sistema informático genera escenas o imágenes de objetos creando una *realidad* que produce la sensación de existencia real—, el hecho alimentario está presente en el mismo grado o más que en la realidad

14. La definición de realidad virtual del Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua, usado como punto de partida, es: “Representación de escenas o imágenes de objetos producida por un sistema informático, que da la sensación de su existencia real.”

no virtual y, entre otros, se manifiesta a través de blogs, recetarios, críticas de restaurantes, recomendaciones dietéticas, propiedades de los alimentos, foros para adelgazar, musculares o engordar, supermercados on-line, qué, cómo, cuándo y dónde comer... y de cientos de aspectos más. Muestra de ello es que, recientemente, la edición 2014 de uno de los más prestigiosos premios sobre la blogosfera que galardona a los mejores *blogs* o diarios personales en Internet escritos en castellano¹⁵, ha otorgado el premio especial del jurado a un blog que trata sobre el hecho alimentario: “El Comidista trata todos los aspectos de la realidad relacionados con la comida: no sólo da recetas fáciles de hacer, habla de restaurantes accesibles o descubre los últimos avances en trastos de cocina, sino que comenta cualquier conexión de lo comestible con la actualidad o la cultura pop. Todo con humor y sin ínfulas de alta gastronomía.” (*El País*, blog cultura, El Comidista)

Observamos que en la realidad virtual la actividad alimentaria es protagonista: la era virtual y digital sufre la pandemia del hecho alimentario. Etimológicamente el origen de la palabra virtual procede del latín *virtus* (*virtue*): en la Antigua Roma era una virtud concreta que se atribuía a cualidades asociadas a la palabra *vir* (hombre, varón), como fuerzas masculinas principalmente y en referencia a la valentía, al coraje y a la excelencia entre otras cualidades, y como una característica aplicada al emperador romano —*virtud*— y personificada en una deidad, *Virtus*. Raramente se usaba para el femenino y un esclavo romano no era considerado como *vir* pero sí como *homo*. El significado de la palabra actual se asocia con la virtud de producir un efecto, pero no el presente, sino en oposición a lo efectivo o a lo real. Su acepción en el campo de la física es la que más ha trascendido popularmente, dado que hace referencia a que posee existencia aparente y no real. Es significativo que virtual, relativo a cualidades del hombre, sea un vocablo principalmente usado y asociado al significado de *no real*. En la misma línea, digital tiene su origen del latín *digitālis*, que significa perteneciente o relativo a los dedos. Gracias a los dedos podemos tocar, palpar, apreciamos sensaciones y tenemos tacto. En la sociedad actual no hay nada más alejado de lo digital que lo palpable. El mundo digital se caracteriza por lo impalpable, desaparece el tacto y el sentido corporal con el que se perciben las sensaciones de contacto. El hombre virtual es un hombre no real y la vida digital es una vida sin contacto.

15. El ganador del Premio Especial del Jurado en X Premios Bitácoras (2014) has sido para “El Comidista.” (<http://bitacoras.com/premios14/categorias/premio-especial-del-jurado>). Visitado última vez: 30.III.2014.

El hecho alimentario está unido al hombre y dentro de él “cocinar es una actividad humana por excelencia.” (Montanari, 2006: 31) Comer es algo tangible y concreto, real. Y a su vez, se evidencia, que dentro del mundo de lo no real (virtual) y donde las sensaciones de contacto no se dan (digital), es precisamente el hecho de comer uno de sus protagonistas principales. Nos encontramos en un contexto peculiar dado que según se ha presentado, cada vez dedicamos menos tiempo a actividades culinarias y dentro de ese tiempo, se está dando un lenta pero progresiva incorporación del hombre a ellas. A su vez, estamos consumiendo menos productos y alimentos que conlleven un considerable tiempo de cocción y preparación, y por el contrario, estamos aumentando y manteniendo el consumo de los alimentos fáciles y rápidos de preparar, con mención especial a los alimentos de conveniencia que aumentan su consumo en todas las clases sociales. En este contexto, según los datos del Instituto Médico Europeo de la Obesidad 2014, de cada 10 niños de entre 2 y 17 años, uno de ellos es obeso y dos tiene sobrepeso (IMEO, 2014). La red está invadida del hecho alimentario con recomendaciones y sugerencias de todo tipo pero, sin embargo, la sociedad está cambiando las legumbres por los platos preparados. Hasta el momento nuestra cultura alimentaria digital dista de nuestras prácticas alimentarias reales.

5. PRIMERAS CONCLUSIONES

Se han expuesto datos cuantitativos sobre al empleo del tiempo en actividades culinarias tanto en mujeres como en hombres en el intervalo del 2002-03 al 2009-10, cifras relativas al consumo de alimentos entre los años 2005-2012 y referencias al uso de internet y la presencia del hecho alimentario en él. Como se ha mostrado, cada vez se emplea menos tiempo en actividades culinarias. Este hecho se refleja en un consumo de alimentos donde aumentan los de rápida y fácil preparación —destacando los platos precocinados— y disminuyen los de larga cocción como las leguminosas. Junto a esto, se ha manifestado que la presencia del hecho alimentario en nuestra sociedad, en el día a día y en la red es notable. Al igual, se ha presentado una idea general de cómo el funcionamiento de la nueva *era internet* está modificando nuestro, hasta ahora, proceso mental lineal. Resumiendo en pocas palabras, cada vez empleamos más tiempo en internet, cocinamos menos, consumimos más alimentos de conveniencia y hay una tasa de obesidad infantil mayor.

Como consecuencia de todo ello y entendiendo la cultura como “el conjunto de valores, costumbres, creencias y prácticas que constituyen la

forma de vida de un conjunto específico” (Eagleton, 2001: 58) y que “la cultura se encuentra en el punto de intersección entre la tradición y la innovación” (Montanari, 2006: 15), podemos afirmar que se están produciendo cambios culturales en nuestra sociedad que afectan al hecho alimentario y cambios en el hecho alimentario que afectan a nuestra sociedad.

Uno de los hechos más significativos de estos cambios es que la “alimentación no se concibe hoy en día como una imposición sino como un tipo de consumo en el que son posibles diferentes tipos de elecciones y de satisfacciones.” (Contreras y Gracia, 2012: 52) Dentro de ese consumo, Internet y la red son, bajo mi punto de vista, de capital importancia pues constituyen medios que nos hacen recuperar el sentido de pertenencia que ha desaparecido. Según Bauman (2006:12), una vez que los lazos de parentesco y vecindad que existían desde tiempos inmemoriales y que unían mediante lazos eternos a comunidades se han roto, surge como consecuencia de ello la liberalización y el individualismo, produciéndose de ese modo los miedos actuales. Para Bauman, la modernidad sólida sustituye para luchar contra esos miedos, los lazos naturales por sus equivalentes artificiales: todo tipos de asociaciones, sindicatos y agrupaciones.

Hoy en día luchamos contra esos miedos y recuperamos el sentido de pertenencia de formas más acordes a nuestra era. Hemos pasado de sustituir los lazos naturales por equivalentes artificiales y ahora hemos comenzado a reemplazar éstos por vínculos virtuales. La red y toda la información que en ella hay junto con la aparición reciente de todas las nuevas formas de redes sociales *online*, nos hacen recuperar nuestro sentido de pertenencia. Junto con todo esto no podemos olvidar, como se expuso en la introducción, que la creencias relativas a la comida son absorbidas en edades tempranas y están muy unidas a la familia y a sus subculturas (Falk, 1991) y que ello todavía nos reconforta e incrementa más el sentido de pertenencia que recuperamos a través del hecho alimentario en Internet.

De todas maneras, la información que tenemos a nuestro alcance mayormente en la red, que usamos, que conocemos y que podemos aplicar o desestimar, no consigue —y es difícil que logre—, que comamos de forma más saludable o modifiquemos nuestros hábitos alimentarios. En primer lugar, porque, según Gigerenzer (2008), tener mucha información no conduce necesariamente a la toma de mejores decisiones; en segundo lugar, porque como exponen Contreras y Gracia (2012: 48), “ni la acumulación ni la comprensión de los conocimientos nutricionales cambian necesariamente los hábitos alimenticios”; y en tercer lugar, porque como ya exponía McLuhan (1964) —“el medio es el mensaje”— y como Carr (2011) matiza,

el contenido de un medio es menos importante a la hora de influir en nuestros actos y pensamientos que el medio en sí mismo. Es decir, que aunque la presencia y consumo del hecho alimentario en Internet sea significativa, no significa que nuestros hábitos alimentarios mejoren sino, simplemente, refleja que usamos la Red para relacionarnos con el hecho alimentario en cualquiera de sus variadas opciones.

Como en otros muchos aspectos que la cultura abarca, la cultura alimentaria en este caso también es digital. Junto con esto, se ha presentado, que el modo en que adquirimos información a través de búsquedas rápidas e hipervínculos no garantiza que esta información entre a formar parte de nosotros en forma de conocimiento. En este sentido debemos plantearnos si Internet está cambiando nuestra forma de relacionarnos con la alimentación y en qué aspectos.

Es muy probable que continúe la espectacularización y el crecimiento del hecho alimentario en nuestra sociedad y en Internet. Y con ello también los cambios culturales que se están produciendo tanto dentro como fuera de él. Todo ello es casi inevitable, pero esto no significa una pérdida de valores, ni de la identidad, ni de la cultura; sino más bien la aparición de unos nuevos. Es muy probable que nunca como hoy en día haya estado tan valorado el sabor de un tomate fresco con un chorro de aceite de oliva y sal. El consumo de productos ecológicos está pasando de ser un acto minoritario a instaurarse en los menús de los comedores escolares,¹⁶ apreciamos como nunca —o al menos como siempre— una reunión con amigos y/ o familia alrededor de la mesa, comiendo, bebiendo y hablando; y, por si fuera poco, el tiempo que los hombres dedican a las actividades culinarias va en aumento. Junto a todo esto, inevitablemente, van apareciendo otro tipo de consumos, costumbres y prácticas que con el paso del tiempo en algunos casos se convertirán en mayoritarios y en otros no lo serán. Pero ello no quiere decir ni significa una pérdida de valores relacionados con nuestra cultura y con el hecho alimentario. Lo que tomamos

16. En el año 2010 la Generalitat de Catalunya publica dentro del 'Plá d'acció per a l'alimentació i l'agricultura ecològiques 2008-2012', aprobado el 25 de noviembre de 2008, el manual *A taula! Manual per la introducció d'aliments ecològics i de proximitat a les escoles*; el texto fue redactado por la Taula de Treball d'Alimentació Escolar Ecològica con el fin de iniciar el proceso de reconversión de los comedores escolares a un modelo de restauración escolar que, aparte de ser ecológico en un sentido amplio en referencia al consumo de alimentos de ganaderías y agriculturas ecológicas, tenga en cuenta los productos de proximidad obtenidos a través de una relación directa con los campesinos que los cultivan o con las empresas elaboradoras que los transforman.

por decadencia o pérdida de los valores de nuestra cultura alimentaria es un signo, a grandes rasgos, del avanzado proceso de desfeminización de la cocina doméstica y de la destradicionalización del hecho alimentario.

La pregunta no es quizás si, como consecuencia de los cambios culturales se están perdiendo los valores relacionados con el hecho alimentario —cuando es probable que estén más valorados que nunca antes. Más bien deberíamos cuestionarnos si, como reflejo de la insatisfacción e inseguridad del presente, el hombre tardomoderno de hoy teme que se pierdan dichos valores puesto que en ellos encuentra la sensación de seguridad que transmite la añoranza al pasado y su bienestar.

Fruto de esta reflexión, las futuras investigaciones estarían encaminadas no tanto hacia la cuestión de si se están perdiendo los valores de la cultura alimentaria actual, sino hacia la reflexión de por qué se generan estas dudas e incertidumbres en nuestra sociedad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ASCHER, F., 2005, *Le Mangeur Hypermoderne. Une figure de l'individu éclectique*. Paris: Odile Jacob.
- A Taula! Manual per l'introducció d'aliments ecològics i de proximitat a les escoles*. Barcelona: Generalitat de Catalunya, 2010.
- BAUMAN, Z., 1997, *Modernidad y Holocausto*, Toledo: Sequitur.
- 2006, *Confianza y temor en la ciudad, vivir con extranjeros*. Barcelona: Arcadia.
- BECK, U., 1996, *The Reinvention of Politics. Rethinking Modernity in the Global Social Order*. Cambridge: Polity Press.
- BENJAMIN, W., 1991, “El narrador.” En *Iluminaciones IV. Para una crítica de la violencia y otros ensayos*. Madrid: Taurus.
- CARR, N., 2011, *¿Qué está haciendo Internet con nuestras mentes? Superficiales*. Madrid: Taurus Pensamiento.
- CIORAN, E.M., 1991, *En las cimas de la desesperación*. Barcelona: Tusquets.
- CONTRERAS, J. y Mabel GRACIA, 2005, *Alimentación y Cultura. Perspectivas Antropológicas*. Barcelona: Ariel.
- 2012, “La prevención de la obesidad en España: una lectura crítica desde la antropología”, *Etnicex: revista de estudios etnográficos*, 4, 41-61.
- COUNINHAN, C., 1999, *The Anthropology of Food and Body, Gender, Meaning, and Power*. New York and London: Routledge.
- EAGLETON, T., 2001, *La idea de cultura. Una mirada política sobre los conflictos culturales*. Barcelona: Paidós.
- El País digital*. Disponible en: blogs.elpais.com/el-comidista

- FALK, P., 1991, "Homo culinarius: towards an historical anthropology of taste", *Social Science Information*, 30 (4), 757-90.
- FISCHLER, C., 1995, *El (h)omnívoro: el gusto, la cocina y el cuerpo*. Barcelona: Anagrama.
- Fundación Telefónica, 2015, *La Sociedad de la Información en España 2014*. Madrid: Ariel.
- GIDDENS, A., 1998, *Capitalismo y la moderna teoría social. Un análisis de los escritos de Marx, Durkheim y Max Weber*. Barcelona: Idea Books S. A.
- 1999, *Consecuencias de la modernidad*. Madrid: Alianza.
- GIGERENZER G., 2008, *Las decisiones instintivas: la inteligencia del inconsciente*. Barcelona: Ariel.
- DÍAZ MÉNDEZ, C. y GÓMEZ BENITO, C., 2005, "Sociología y Alimentación", *Revista Internacional de Sociología (RIS)*, 40 (enero-abril 2005), 21-46.
- GRACIA-ARNÁIZ, M., 1996, *Paradojas de la alimentación contemporánea*. Barcelona: Icaria.
- 2014, "Comer en tiempos de crisis nuevos contextos de salud y alimentación en España", *Salud Pública de México*, 12/2014; 56(6): 648-653.
- 2014, "Alimentación, trabajo y género. De cocinas, cocineras y otras tareas domésticas", *Panorama SOCIAL*, 19 (Primer semestre), 25-36.
- HAN, B. C., 2012, *La sociedad del cansancio*. Barcelona: Herder.
- HERRERA, P., 2010, *Del comer al nutrir. La ignorancia ilustrada del comensal moderno*. Madrid: Plaza y Valdés.
- HOLTZMAN, J. D., 2006, "Food and Memory", *Annu. Rev. Anthropol.*, 35, 361-378.
- IMEO, 2014. *Estadísticas de obesidad 2014, con el motivo del Día Mundial de la Obesidad*. Disponible en: <http://stopalaobesidad.com/2014/11/11/estadisticas-de-obesidad-2014/>
- KARP, S., 2008, *The Evolution from Linear Thought to Networked Thought*, blog Publishing 2.0. <http://publis-hing2.com/2008/02/09/the-evolution-from-linear-thought-to-networked-thought>
- LIPOVETSKY, G., 2004, *Les temps hypermodernes*. Paris: Grasset.
- LUPTON, D., 1996, *Food the Body and the Self*. London: SAGE Publications.
- MARINA, J. A., 2004, *Crónicas de la Ultramodernidad*. Barcelona: Anagrama.
- MCLUHAN, M., 1994 [1964¹], *Understanding Media: The Extensions of Man*. Massachusetts: MIT Press.
- MONTANARI, M., 2006, *La comida como cultura*. Gijón: Trea.
- POULAIN, J. P., 2002, *Sociologies de l'alimentation*. Paris: Presses Universitaires de France.

