



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

PROGRAMA DE MAESTRÍA Y DOCTORADO EN PSICOLOGÍA

**COMER: ¿CUESTIÓN DE CIENCIA O DE SENTIDO COMÚN?
EL CONOCIMIENTO ALIMENTARIO LOCAL DESDE LA TEORÍA
DE LAS REPRESENTACIONES SOCIALES**

TESIS

QUE PARA OPTAR POR EL GRADO DE DOCTORA EN PSICOLOGÍA

PRESENTA:

ANNEKE KOUIJMANS

COMITÉ TUTORIAL:

DRA. MARIA DE FÁTIMA FLORES PALACIOS: CEPHCIS UNAM

DRA. CECILIA SILVA GUTIÉRREZ: FACULTAD DE PSICOLOGÍA UNAM

DR. WOLFGANG WAGNER: PROGRAMA.DE.MAESTRÍA.Y.DOCTORADO.EN.PSICOLOGÍA

DRA. SILVIA GUTIÉRREZ VIDRIO: PROGRAMA.DE.MAESTRÍA.Y.DOCTORADO.EN.PSICOLOGÍA

DR. JORGE ENRIQUE LINARES SALGADO: FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS UNAM

MÉXICO D.F. AGOSTO 2014



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Agradecimientos

Gracias a Fátima, por enseñarme sobre la teoría y la vida.

Gracias a Alex. Por todo.

Gracias a Fátima, Cecilia, Wolfgang, Silvia y Jorge, por las críticas constructivas e inspiradoras.

Gracias a Costeña y Tisha, por ser parte de todo el proceso.

Gracias a mis compañeros.

Gracias a Mariet, por siempre estar presente desde muy lejos.

Gracias a Catrien, por tu lealtad.

Gracias a todos los productores de café en el mundo.

Gracias a mi tetera.

Gracias a las playas mexicanas. Por su belleza y por hacerme descansar.

Gracias a Tepoztlán y México.

Contenido

INTRODUCCIÓN	8
1. MARCO TEÓRICO	16
INTRODUCCIÓN	16
1.1 EL PENSAMIENTO CARTESIANO	17
1.2 EL PENSAMIENTO ESTRUCTURALISTA	32
1.3 LA TEORÍA DE LAS REPRESENTACIONES SOCIALES	41
2. ESTADO DEL ARTE	56
INTRODUCCIÓN	56
2.1 LOS CAMBIOS	56
2.2 LO NATURAL Y LO TECNOLÓGICO	59
<i>PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN Y OBJETIVOS</i>	64
3. EL MÉTODO	67
INTRODUCCIÓN	67
3.1 LA TEORÍA Y LA METODOLOGÍA EN LAS REPRESENTACIONES SOCIALES	67
3.2 LOS GRUPOS SOCIALES: APUNTACIONES METODOLÓGICAS	74
3.3 ^A LOS GRUPOS SOCIALES EN EL ESTUDIO ACTUAL	78
EL ESCENARIO RURAL	78
EL ESCENARIO URBANO	82
3.3 ^B LOS INFORMANTES DEL ESTUDIO ACTUAL	87
3.4 LOS MÉTODOS EN EL ESTUDIO ACTUAL	89
LA ASOCIACIÓN DE PALABRAS	89
LA ETNOGRAFÍA MOTIVADA	91
3.5 ANÁLISIS DE LOS DATOS	96
4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	103
INTRODUCCIÓN	102
4.1 LAS PRÁCTICAS	103
4.1A LA IMPORTANCIA DE LAS PRÁCTICAS	103
4.1B LA ALIMENTACIÓN VEGETARIANA	106
4.1C LA ALIMENTACIÓN DE LA MILPA (CONTEXTO RURAL)	111
4.1D LA TRADICIÓN Y LA MODIFICACIÓN	115
4.1E LAS FRUTAS Y LAS VERDURAS Y EL ANCLAJE	118
4.2 LOS FACTORES ESTRUCTURALES: LAS AMBICIONES ECONÓMICAS	120
4.2A LA IMPORTANCIA DE LAS AMBICIONES ECONÓMICAS	120
4.2B LAS AMBICIONES ECONÓMICAS	121
4.2C LAS AMBICIONES ECONÓMICAS Y LOS CAMBIOS EN EL MERCADO LABORAL (CONTEXTO RURAL)	122
4.2D LAS AMBICIONES ECONÓMICAS Y LA INFORMACIÓN (CONTEXTO URBANO)	123

4.3 SOCIO-CULTURAL: LA CERCANÍA CULTURAL (CONTEXTO RURAL)	126
4.3A LA IMPORTANCIA DE LA CERCANÍA CULTURAL	126
4.3B LA CERCANÍA CULTURAL	127
4.4 INDIVIDUAL: EL COMER Y EL SER (CONTEXTO URBANO)	133
4.4A LA IMPORTANCIA DEL COMER Y EL SER	133
4.4B EL COMER Y EL SER	134
4.4C LA ACTITUD INDIVIDUAL	137
4.4D LOS EVENTOS DE LA VIDA	139
5. CONCLUSIONES	143
5.1 REPRESENTACIONES SOCIALES VERSUS REPRESENTACIONES COLECTIVAS	143
5.1A CONTEXTO URBANO	150
IDEAS, CONOCIMIENTOS “CIENTÍFICOS” Y LA TECNOLOGÍA	150
PRÁCTICAS	152
IDENTIDAD	154
IDEOLOGÍA Y MORAL	155
5.1B EL CONTEXTO RURAL	157
PRÁCTICA	158
LA CERCANÍA SOCIO-CULTURAL	159
LOS CAMBIOS EN EL MERCADO LABORAL	160
5.2 EL COMER (CARNE) Y LA IDEOLOGÍA	161
5.3 LA MILPA Y LA POLÍTICA DEL CAMPO MEXICANO	163
5.4 UNA ÚLTIMA CONCLUSIÓN: LA CONCEPTUALIZACIÓN DEL CONOCIMIENTO	164
REFERENCIAS	165
LITERATURA CONSULTADA	172
APÉNDICE I SKAD CONTEXTO URBANO	180
APÉNDICE II SKAD CONTEXTO RURAL	184

Tablas, figuras e imágenes

Capítulo 1

Tabla 1.1 *Las implicaciones de la teoría cartesiana para la conceptualización del conocimiento común alimentario.* _____ 30

Tabla 1.2 *Las implicaciones de la teoría cartesiana y estructuralista para la conceptualización del conocimiento común alimentario.* _____ 38

Tabla 1.3 *Las implicaciones de las teorías cartesiana, estructuralista y de las representaciones sociales para la conceptualización del conocimiento común alimentario.* _____ 54

Figura 1.1 *La conceptualización cartesiana del conocimiento* _____ 20

Figura 1.2 *La teoría de la acción planeada* _____ 25

Figura 1.3 *El triángulo culinario de Lévi-Strauss.* _____ 34

Figura 1.4 *El conocimiento en la teoría de las representaciones sociales* _____ 45

Figura 1.5 *Las relaciones entre el conocimiento del sentido común y el conocimiento racional/científico de acuerdo con el pensamiento evolucionista (a la izquierda) y de acuerdo con el pensamiento de Lévy-Bruhl y la teoría de las representaciones sociales (a la derecha).* __ 47

Figura 1.6 *Resumen del papel que juega la comunicación en la representación social.* _____ 49

Capítulo 2

Imagen 2.1 *El deseo por lo natural dentro de la industria alimentaria.* _____ 62

Capítulo 3

Tabla 3.1 *Algunas manera en que se distinguen los grupos sociales de estudio en términos de su contexto social, cultural e histórico, comunicativo y pragmático.* _____ 86

Tabla 3.2	<i>El arraigo de los métodos en la teoría de las representaciones social.</i>	95
-----------	---	----

Figura 3.1	<i>Tres orientaciones a la investigación de las representaciones sociales que corresponden a métodos distintos. Fuente: Wagner, Hayes & Flores, 2011.</i>	69
------------	---	----

Figura 3.2	<i>Una definición del sujeto de estudio de acuerdo de con la teoría de las representaciones sociales.</i>	76
------------	---	----

Figura 3.3	<i>Una definición del sujeto de estudio en la perspectiva tradición socio-psicológica</i>	77
------------	---	----

Capítulo 4

Tabla 4.1	<i>Las asociaciones entre la alimentación natural y las sustancias sintéticas y las tecnologías (contexto rural y contexto urbano) (las frecuencias de las asociaciones están entre paréntesis).</i>	105
-----------	--	-----

Tabla 4.2	<i>El tema compartido en la categoría Prácticas en la asociación de palabras (contexto rural y contexto urbano).</i>	107
-----------	--	-----

Tabla 4.3	<i>Los temas únicos en la categoría Practicas (contexto rural y contexto urbano).</i>	111
-----------	---	-----

Tabla 4.4	<i>Citas de las entrevistas que describen la práctica de la alimentación de la milpa (contexto rural).</i>	114
-----------	--	-----

Tabla 4.5	<i>El tema alimentación de la milpa en la asociación de palabras (contexto rural)</i>	114
-----------	---	-----

Tabla 4.6	<i>El tema la modificación en la asociación de palabras (contexto urbano)</i>	116
-----------	---	-----

Tabla 4.7	<i>El tema de la cercanía cultural (contexto rural).</i>	128
-----------	--	-----

Tabla 4.8	<i>Fragmentos de las entrevistas categorizados como la cercanía cultural (contexto rural).</i>	131
-----------	--	-----

Tabla 4.9	<i>Los temas recurrentes en la categoría Individual de las entrevistas (contexto urbano).</i>	134
-----------	---	-----

Tabla 4.10	<i>El tema el comer y el ser en la asociación de palabras que coinciden con la visión holística en la salud que fue expresada en las entrevistas.</i>	136
------------	---	-----

Tabla 4.11	<i>El tema actitud individual en la asociación de palabras (contexto urbano).</i>	138
------------	---	-----

Figura 4.1	<i>Los componentes principales de la dieta que se ha descrito como “la alimentación de la milpa (contexto rural).</i>	113
Figura 4.2	<i>Una conceptualización de la relación entre los temas recorridos en la categoría individual (contexto urbano).</i>	140
Figura 4.3	<i>Categorías y temas en el proceso de conocimiento común de la alimentación natural (contexto rural y urbano).</i>	141
Imagen 4.1	<i>Términos generales no específicos acerca de hábitos sanos.</i>	104
Imagen 4.2	<i>La importancia de la alimentación vegetariana y las frutas y verduras en el imaginario de la alimentación natural (contexto urbano (la izquierda, 2) y contexto rural (la derecha, 1)).</i>	109
Imagen 4.3	<i>Las primeras 15 imágenes encontrado buscando imágenes de “la alimentación natural” por Google.</i>	110
Imagen 4.4	<i>Bob’s Red Mill (contexto urbano).</i>	118

Capítulo 5

Imagen 5.1	<i>La asociación entre el comer y el gusto en el imaginario cultural.</i>	154
------------	---	-----

Introducción

Estimo que, sí preguntara acerca de las causas del creciente consumo de los llamados “alimentos negros” (brown foods; alimentos integrales) en los Estados Unidos alrededor de los años 60s, una de sus primeras respuestas sería, que esta tendencia tiene que ver con un incremento en la conciencia acerca del efecto que tiene el comer en la salud: La composición nutritiva de los productos negros (integrales) es tal, que de acuerdo con el conocimiento científico, se les considera más sanos que los productos blancos (pan blanco, arroz blanco etcétera), por tanto, dicho valor nutricional se convierte en una razón obvia para comer más productos integrales.

Y es posible y factible que el creciente consumo de los alimentos negros tomara lugar en un contexto de una creciente conciencia alimentaria, o por lo menos una conciencia alimentaria distinta a las anteriores, en la cual, la gente comenzó a seguir ciertas reglas alimentarias prescritas por la ciencia, en lugar de seguir reglas alimentarias prescritas, por ejemplo, por la religión, la cultura o por restricciones geográficas y/o temporales (Gracia-Arnaiz, 2007).

Sin embargo, después de investigar más a profundidad el contexto específico en el cual inició este llamado “movimiento de los alimentos negros”, el historiador de la alimentación Warren Belasco (1993), arguye que la motivación principal detrás del incremento en el consumo de los alimentos negros, no tenía que ver con sus características nutricionales; el objetivo más importante detrás de su consumo, era el de hacer una declaración en contra del sistema político y cultural hegemónico de ese entonces; un sistema dominado por blancos que discriminaba a las minorías, sobre todo a la gente negra (Belasco, 1993).

Usando este ejemplo, se puede distinguir entre dos perspectivas a la investigación psicológica social de la alimentación. Perspectivas que se distinguen en términos de sus características ontológicas y epistemológicas y que por lo tanto, en un nivel fundamental, se distinguen respecto a sus definiciones de cómo los seres humanos podemos saber qué es una buena alimentación; cómo llega la gente común a sus decisiones dietéticas y cómo se podría o no influir en estas decisiones. Estas dos perspectivas serán colocadas una frente a la otra a través de esta tesis. A la primera perspectiva se le denomina como la perspectiva del conocimiento cartesiano. Ésta se basa en el pensamiento cartesiano acerca del conocimiento y es la perspectiva que está detrás de la mayoría de la investigación de la alimentación en la psicología social (Jovchelovitch, 2007; Conner & Armitage, 2002). Como una de sus características ontológicas principales, propone que existe un mundo exterior objetivo que no

depende de la percepción humana. Los alimentos dentro de esta perspectiva se consideran como objetos en este mundo exterior que tienen una sola manera de ser; esta manera de ser, se podría argumentar, está determinada por su composición nutritiva. Por otro lado, una de sus características epistemológicas principales, propone que como seres humanos, tenemos en principio, la capacidad de conocer esta única realidad de los objetos si nuestra observación es individual y racional (si aplicamos el método científico) (Jovchelovitch, 2007). En el ejemplo de la alimentación negra, la perspectiva del conocimiento cartesiano está reflejada en la reflexión prevista acerca de la creciente consciencia alimentaria, causando el incremento en el consumo de alimentos negros: El conocimiento acerca de las características reales (son nutritivos) de los alimentos negros hubiera facilitado el comportamiento “correcto”; el comer alimentos más sanos.

La segunda perspectiva que se puede observar en el ejemplo sobre la preferencia por los alimentos negros, es la que aquí se nombra como la perspectiva de conocimiento del sentido común. Esta perspectiva, se basa por ejemplo, en la teoría de las representaciones sociales (Moscovici, 1961/2008). Ontológicamente, esta teoría de conocimiento del sentido común, propone que no es relevante para la investigación psicológica social si existe o no un mundo exterior objetivo, que tenga una sola manera de ser, ya que como seres humanos, no podemos observar una realidad que no dependa de nuestra percepción. Epistemológicamente, la teoría de las representaciones sociales propone que la percepción siempre es social, motivada y dependiente de las representaciones ya existentes en el contexto social, cultural e histórico del conocedor. La perspectiva de conocimiento del sentido común está reflejada en el ejemplo de arriba, en la reflexión histórica de Belasco, en la cual, la preferencia por los alimentos negros, funcionó como una declaración contra el sistema político hegemónico y blanco de aquel entonces: aunque es posible que la creciente adhesión a la alimentación negra tomara lugar en un contexto más allá, en el cual, se descubrió a través de estrategias de investigación científica en lugar de otras estrategias más comunes (*e.g.* ensayo y error, la tradición cultural), las características nutritivas de los alimentos integrales y se desarrolló una consciencia alimentaria basada en las cualidades nutritivas de los alimentos descritas por la ciencia. Sin embargo el papel que jugaba la comida negra en la cotidianidad de este grupo en específico, tenía que ver más con el contexto político de la discriminación de las razas “negras” y con la emancipación de éstas. Es decir, la experiencia común de la alimentación no era una experiencia científica.

Similar al caso de los alimentos negros, se podría hablar de “los alimentos naturales” y el papel que juegan en la cotidianidad de la gente en por lo menos dos maneras distintas: A través de su composición nutritiva (¿contienen más nutrientes

y/o menos contenidos malsanos?) o bien, a través del conjunto de significados que se le otorgan, dentro de un tiempo y un contexto en específico.

En este trabajo se parte de los supuestos epistemológicos de la teoría de las representaciones sociales y su perspectiva al conocimiento del sentido común, donde se considera que los significados que se otorgan a la alimentación natural, no son unidimensionales en relación con las características físicas nutritivas de los alimentos naturales, sino que este significado depende del contexto específico de los conocedores y los factores sociales, culturales e históricos que han caracterizado y siguen caracterizando dicho contexto, y que a su vez se entretajan con el objeto de la alimentación natural. De acuerdo con esto, se explora en base a la teoría de las representaciones sociales y desde la perspectiva del conocimiento del sentido común, cómo dos grupos sociales distintos, dependiendo de sus contextos específicos, otorgan significado a la alimentación natural.

De forma similar a la incrementada relevancia de los alimentos negros en los años 60s, los alimentos naturales han obtenido una mayor presencia en el mercado alimentario mundial en los últimos años (Lin & Rozin, 2009; Rozin, 2006; (Rozin, et al., 2004). Tal giro está documentado en el hecho de que en el año 2008, a nivel mundial, un cuarto de los nuevos productos introducidos en el mercado alimenticio fueron identificados como “de origen natural” (Natural product introductions on the rise, 2009).

A pesar de la creciente presencia de alimentos naturales en el mercado alimenticio, es difícil dar una definición no controversial de “la alimentación natural”¹. Siguiendo el pensamiento, por ejemplo, de la filósofa Keekok Lee (1999) podríamos concluir que (casi) ninguna persona en el mundo actual come regularmente alimentos cien por ciento naturales: esto debido a que Lee arguye que objetos con un origen natural, como la mayoría en nuestra alimentación (plantas o animales con un origen que no depende de la intervención humana) pierde su naturalidad y se vuelve un objeto con un cierto grado de artificialidad una vez que los seres humanos intervienen en el curso natural de estos objetos e imponen cambios (*e.g.* guardar o seleccionar semillas) para obtener un fin humano (i.e. cultivar, domesticar, mejorar las características de las plantas, facilitar el consumo humano) (Lee, 1999). Siguiendo esta definición y considerando que casi toda la alimentación humana consiste de plantas y animales domesticados, podemos concluir que, prácticamente la alimentación natural casi no existe en el mundo actual. Sin embargo, no sería

¹ Una definición legal y criterios de evaluación para determinar si un alimento es natural no existen. Esta definición y estos criterios si existen en el caso de los alimentos orgánicos.

controversial argumentar que existe una evidente diferencia entre la naturalidad que puede tener, por un lado, un nopal producido sin el uso de sustancias sintéticas, por un pequeño productor y para su propio consumo, y por otro lado un pan producido por la empresa *Bimbo*.

En este trabajo no se da una definición pre-establecida de lo que es la alimentación natural; se aprovecha de la ausencia de definición, que permite la observación de significados otorgados a la alimentación natural y que indican ciertos conocimientos acerca de la alimentación, así como algunos puntos de vista sobre la buena alimentación y preocupaciones en relación a ésta: El hecho mismo que esté de moda la alimentación natural (Lin & Rozin, 2009) ¿qué nos dice? ¿Qué nuestro conocimiento científico acerca de la alimentación ha incrementado? ¿Qué estamos viviendo en una etapa histórica en la cual la preocupación sobre la salud está incrementando? ¿Qué tenemos un deseo de compensar la extensa urbanización y acercarnos a la naturaleza?

Aunque es tentador y quizás “natural” esperar que el creciente consumo de los alimentos naturales, como en el caso de los alimentos negros, haya sido causa de un creciente conocimiento científico acerca de la alimentación, la ciencia nunca ha probado que los alimentos naturales (en este caso los alimentos orgánicos) sean más sanos que alimentos convencionales (Williams, 2002). Sin embargo, la trayectoria histórica de la preferencia por una alimentación natural, nos puede dar ideas acerca de los significados sociales y culturales que puede tener la alimentación natural: “El movimiento de la alimentación natural” empezó en los años 60s en los Estados Unidos y Europa y se le puede entender como un rechazo de la creciente industrialización de la agricultura, y así pues, de la producción de alimentos. De acuerdo con la filosofía subyacente, se debería tratar el problema de la salud de la tierra, la flora, los animales y los seres humanos como un solo problema; lo cual es diametralmente opuesto a la filosofía agrícola de la industria alimentaria, que por su lado, no considera a los alimentos como parte de un sistema más grande, sino que separa los alimentos de su contexto orgánico, produciéndolos con base en los principios industriales de especialización y estandarización.

Además de ser un acercamiento alternativo a la producción de alimentos, el movimiento de la alimentación natural constituyó una contracultura más amplia, la cual se oponía a los cambios sociales debidos a la creciente industrialización; la pérdida de una sociedad orgánica, en la cual, los vínculos afectivos y de cooperación todavía existían. La alimentación natural además era una declaración política anti-guerra, porque las compañías alimentarias que produjeron los alimentos

industrializados también produjeron los herbicidas usados en la guerra contra Vietnam (Pollan, 2006).

A través del tiempo, y teniendo de fondo la discusión pública sobre el cambio climático y el papel que juega el comportamiento humano en este, el inicial movimiento de la alimentación natural se ha ido transformado de un movimiento relativamente pequeño, en el cual implicaba un cambio no nada más en la manera de comer, sino un cambio en todos los aspectos de la vida, a un movimiento más común (aunque frecuentemente visto como elitista; Johnston, 2008) que no tiene mucho que ver con el movimiento y su filosofía original: el término “orgánica” que ocupaba el movimiento de la alimentación natural original, refería a la manera de producir alimentos, el estilo de vida y la posición política descrita arriba; hoy en día el término de la alimentación “orgánica” no tiene que ver con los puntos de vista de este movimiento: los alimentos que actualmente están certificados como orgánicos, en la mayoría de los casos, están producidos de manera industrial, lo cual, es diametralmente opuesto al significado original de la alimentación orgánica (Pollan, 2006). Es decir, con la popularización de la alimentación natural, ésta se ha acomodado al sistema industrial capitalista de producción que originalmente se oponía (Johnston, 2008). Es probable además, que muchos consumidores de alimentos orgánicos, consuman dichos productos elaborados de manera industrial, bajo la impresión de que son alimentos orgánicos en el sentido original, producidos por granjeros sanos y felices en una granja pequeña con animales sanos y felices en una tierra sana y feliz, y es esta imagen ilusoria probablemente una razón importante detrás del consumo de estos productos (Pollan, 2006).

En adición a este argumento “romántico”, se ha descrito otras motivaciones del consumidor de alimentos naturales: Debido a la complejidad y el carácter global del actual mercado alimenticio y la aplicación de tecnologías en la producción de alimentos, existen preocupaciones sobre la calidad, el carácter nutritivo y la seguridad de dichos alimentos provenientes del mercado alimenticio convencional (Kenner, 2008). En esta situación, la preferencia por lo natural, es una estrategia para hacer frente a las inseguridades que se sienten sobre dicho mercado alimenticio (Lin & Rozin, 2009). Se ha argumentado –en segundo lugar- que el interés en la comida natural tiene su base en preocupaciones morales: Se considera en este caso que la comida natural es mejor para el medioambiente, y que implica una vida mejor para los animales y los trabajadores en la industria alimenticia (Kenner, 2008; Pollan, 2006; Geyrhalter, 2005). Un tercer argumento sería que la comida natural sirve principalmente para expresar una identidad social. De esta manera, la comida natural es un “hobby de la burguesía”; una estrategia para mostrar su identidad como consumidor de la clase alta (Johnston, 2008; ver también: Bourdieu, 1985). Según

este último argumento, la comida natural es otra fuente de distinción entre la clase baja y clase alta en un mercado alimenticio con una historia larga de inequidad. Lo que hacen las preocupaciones, aparentemente morales o de salud (la comida natural es más saludable, es mejor para el medioambiente, los animales y los trabajadores) según este argumento, es ocultar estas inequidades (Johnston, 2008).

A partir de esta descripción histórica sobre la preferencia por una alimentación natural, se podría concluir que un grupo social en particular, activistas comieron alimentos naturales en un contexto específico de inestabilidad política y social (la guerra en Vietnam; cambios en la estructura social debido al crecimiento del capitalismo) y que comió dichos alimentos naturales, por lo menos en parte, como una expresión política (oponiendo la guerra, el crecimiento del capitalismo) y social (oponiendo los cambios sociales). Mientras que otro grupo social en específico (una clase media-alta) come estos alimentos naturales en otro contexto social y político; un contexto de controversias acerca del consumismo y la influencia que tiene en el medioambiente y en la calidad de vida de los animales y los trabajadores en la industria alimentaria. En este estudio se va a explorar cómo el contexto social, cultural e histórico de dos grupos en particular influye en los significados que se otorgan a la alimentación natural.

En el capítulo uno, (marco teórico) se describe el pensamiento cartesiano acerca del conocimiento y la conceptualización que facilita esta perspectiva sobre la manera en que la gente común desarrolla su conocimiento alimentario. Así mismo se contrasta esta perspectiva con la teoría de las representaciones sociales y las conceptualizaciones del conocimiento alimentario común que facilita esta teoría. Se introducen algunas investigaciones psicológicas sociales de la alimentación y se argumenta que éstas conceptualizan el conocimiento alimentario común en una manera similar a como Descartes conceptualizó el conocimiento. Por otro lado, se introduce el pensamiento estructuralista con el objetivo principal de facilitar la comparación entre varias conceptualizaciones del conocimiento alimentario de la gente común. Es decir, no cae dentro de la comparación que se hace entre la socio-cognición y las representaciones sociales, sino que sirve principalmente como ilustración de las varias maneras en que se podría estudiar el conocimiento alimentario que tiene la gente común.

En el capítulo dos (estado del arte), se describen los cambios recientes en el mercado alimentario y la manera de producir alimentos. Se describen los cambios

sociales que han influido en nuestra manera de comer, y, por último, se habla acerca del papel que juega la tecnología y la naturaleza en nuestra percepción de la alimentación.

En los capítulos tres, cuatro y cinco (método, resultados y discusión y conclusiones) se reporta la investigación empírica acerca del conocimiento común de la alimentación natural.

Capítulo 1

1. Marco teórico

Introducción

“The problem of knowledge does not go away. It was raised some 2500 years ago by Plato’s Socrates and again by Descartes at the beginning of the modern era. It persisted throughout the philosophical development of the modern period and it entrenched itself in the emergence of psychology as a scientific discipline [...] Knowledge societies, knowledge economies, local knowledge, global knowledge, the management of knowledge, the knowledge of the other, self-knowledge. It may well be –as our postmodern colleagues once declared- that the knowledge question does not exist, but it certainly insists. From Plato to Descartes, to the very contemporary discussion about who holds and what is knowledge, the question of what makes knowledge knowledge has never really abandoned us.” (Jovchelovitch, 2007, p. 1)

El proyecto que está en la base de esta tesis indaga sobre conocimiento. Más específicamente indaga sobre el conocimiento alimentario. En esta investigación se entiende al término “conocimiento” en un sentido más amplio que el conocimiento oficial científico, al cual hacemos referencia habitualmente. Podría decirse, que se entiende el conocimiento como *representación*: el acto de hacer presente lo que está ausente a través del uso de símbolos (Jovchelovitch, 2007, p. 10). O el *re-presentar* algo en la mente (colectiva) que está presente en el mundo externo. En este sentido, el conocimiento científico es una forma en particular de representación; una que se caracteriza por la desconexión de sus fuentes humanas; que se enfoca en la representación como una descripción adecuada de un mundo exterior y que intenta distanciarse de los aspectos subjetivos de la representación, de los procesos sociales y humanos que facilitan la representación.

Desde la vista “representacional” al conocimiento que tomamos las perspectivas estructuralistas y de las representaciones sociales describen procesos y características del conocimiento distintos al proceso de conocimiento científico. En este capítulo se describe el proceso y las características de la representación desde estas tres perspectivas. Se entretiene la descripción de la representación cartesiana, estructuralista y social con la descripción que pueden otorgar estas perspectivas particulares sobre el proceso de conocimiento alimentario y del comer de la gente común.

1.1 El pensamiento cartesiano

“Representation is an affair between a solitary knower who looks into the object-world in order to construct a mental picture of it. There is no consideration of how this knower is located in the world, nor of how it was possible for this subject to become a knower in the first place. The world outside is already there, constituted as a series of regularities waiting to be discovered by the individual subject. There he is, standing on his own, sovereign and without a history, accessing and depicting the reality of the world.” (Jovchelovitch, 2007, p. 18)

En esta sección, se va a argumentar que la perspectiva al conocimiento que está detrás de la mayoría de de la investigación psicológica social de la alimentación, (y que se queda implícita) tiene sus raíces en el pensamiento cartesiano. Se define el conocimiento cartesiano como un conocimiento individual, racional y desconectado de su contexto social; un conocimiento que se ubica en la cognición individual y que es independiente del contexto social e histórico de su construcción (Jovchelovitch, 2007).

Así mismo, se describe la perspectiva socio-cognitiva que domina la psicología social y algunas de sus aportaciones más destacadas en el estudio de la alimentación: sobre todo, el estudio de la elección de alimentos a través de la aplicación de la teoría de la acción planeada (Conner & Armitage, 2002; ; Ajzen, 1991; Ajzen, 1988). Lo que se intenta mostrar con esta descripción, son las raíces que tiene la perspectiva socio-cognitiva en el pensamiento cartesiano. Estas raíces se volverán claras si consideramos cuatro características de las investigaciones psicológicas sociales de la alimentación:

La primera de éstas, es la tendencia a enfocar en la función epistémica de la representación; la tendencia a enfocar en la capacidad de la representación de producir conocimiento sobre el mundo social y de pasar por alto la conexión entre el proceso representacional y las personas, así como a los contextos sociales (Jovchelovitch, 2007). En este sentido, la conceptualización y la teorización sobre el conocimiento de la alimentación, se basan en la definición objetiva y científica, y no se llega a teorizar sobre las diferencias potenciales entre la definición común del comer bien y la definición científica de esto.

En segundo lugar, las investigaciones psicológicas sociales, tienden a problematizar la agencia individual, en lugar de la influencia que puedan tener las conexiones sociales y el contexto de conocimiento en el proceso de conocer y comer. En este sentido, lo que es objeto de investigación es cómo se puede usar proceso

relacionados con la agencia individual para predecir si una persona come de acuerdo con la definición científica de la dieta adecuada o no. Ejemplos de estos factores son las actitudes, los valores, los conocimientos y las percepciones, y todos estos factores se encuentran en un nivel *individual*.

La toma de decisiones racionales es una tercera característica en la conceptualización del proceso del comer la cual se establece en las investigaciones de la psicología social de la alimentación. De esto se infiere que existe cierta influencia de la perspectiva cartesiana hacia el conocimiento, debido a que la conceptualización de la racionalidad y el individualismo en el proceso de toma de decisiones es algo, se podría argumentar, que el pensamiento cartesiano ha facilitado.

Con base a estas características de objetividad, individualismo y racionalidad el comer se ha vuelto –en cuarto lugar- un asunto de la relación entre la cognición individual de un lado y los alimentos de otro lado. La conceptualización de la relación entre la cognición individual de un lado y los alimentos del otro lado. Las motivaciones sociales, las relaciones sociales y los contextos de conocimiento sobre la alimentación, no se toman en cuenta y se parte de la premisa implícita, herencia del pensamiento cartesiano, de que el comer de la gente común y su conocimiento de la alimentación, toma lugar en un vacío social, cultural e histórico.

La manera en que –de acuerdo con la perspectiva cartesiana al conocimiento- nos relacionamos con otros objetos en el mundo, como en este caso con los alimentos, y la manera en que los conocemos se caracteriza por una separación radical entre nosotros y ellos y por una vista desde fuera: Según la teoría de Descartes, se ha descrito a la relación entre el sujeto (el conocedor) y el objeto (lo conocido) como una separación radical (Jovchelovitch, 2007; ver figura 1.1). Históricamente y socialmente la conceptualización que estableció Descartes del proceso de conocimiento, se ubica en la superficie de fractura entre la edad media y la edad moderna. El pensamiento cartesiano y su enfoque sobre la separación entre el sujeto y el mundo exterior; el énfasis que puso en los procesos psicológicos (de conocimiento) internos e individuales, se entienden como una respuesta a las conceptualizaciones anteriores en la edad media. En estas últimas, se consideraba a las personas como una parte inseparable de un orden más grande y no dejó espacio para individualismo: Las personas, los conocimientos, los institutos, las tradiciones, todos eran parte de un entero social más amplio. Y el criterio de conocimiento verdadero por lo tanto, no era el individuo sino la tradición, la costumbre y la autoridad; o más bien, el sistema social

que se impuso a las personas. El conocimiento, igual como las personas, era una parte inseparable del entero social y eran la omnipresencia y la autoridad de los conocimientos ya establecidos en contra del cual argumentaba Descartes.

A través de la definición del sujeto individual como separada de su contexto social, Descartes hizo relevante el concepto de representación: Con la separación del mundo interior y exterior la representación se colocó entre ambos. De este modo, la manera en que podemos conocer el mundo exterior es a través de la representación. Por intermedio de la misma, la mente humana tiene –en principio- la capacidad de observar y describir el mundo exterior tal y como es. Otra vez respondiendo a la conceptualización centralizada (ubicada dentro de un sistema social) del conocimiento en su tiempo. Descartes definió criterios *individuales* y *racionales* para representaciones “reales”, que adecuadamente describen algo del mundo exterior: Se puede considerar a esta descripción como conocimiento real nada más cuando es precisa y basada en una observación correcta del mundo exterior, y se llega a esta descripción precisa y a la observación correcta sólo cuando la génesis del conocimiento es individual y no afectiva:

Descartes definió a la mente individual dubitativa como la única seguridad que tenemos, y es por esto, que solo a través de ella somos capaces de desarrollar un conocimiento real. Por lo tanto, el hecho de si nuestra descripción de un objeto entra dentro del área del conocimiento real o no, depende de un proceso de desconexión doble. En primer lugar, tenemos que desconectarnos de nuestro mundo social, porque las masas son irracionales y distorsionan nuestras observaciones; cuando el ser humano se junta en una masa, se convierte de un ser potencialmente racional a un ser irracional, conducido por deseos instintivos (Le Bon, 1896/2001). Es por esto que sólo un observador solitario, tiene el potencial de ser un observador racional, capaz de observar las cosas de la manera en que realmente son.

En la segunda desconexión, nos retiramos de nosotros mismos; de las emociones y deseos que juegan un rol central en nuestra cotidianidad. De esta manera, el conocimiento real es descontextualizado y deshumanizado: no está relacionado con nuestro cotidiano y el conocimiento, sólo tiene lugar cuando podemos elevarnos de lo cotidiano, con sus características irracionales y sociales. Sólo entonces, podemos lograr una descripción precisa de un objeto ubicado en el mundo exterior que esté basada en una observación correcta. En palabras de Jovchelovitch (2007, p. 2; traducción mía): “Se ubica allí, en la cumbre, objetiva, impasible, impersonal. Lo que queda atrás es la vida: subjetiva, desordenada, personal y por tanto, irracional”.

Se ha argumentado (ver: Jovchelovitch, 2007) que el pensamiento cartesiano ha facilitado una perspectiva que para nosotros –habitantes de la edad moderna- parece tan natural que es difícil pensar sobre el conocimiento de otra manera, o reconocer otros procesos de representación como procesos de conocimiento (Taylor, 1989). El conocimiento “natural” es el conocimiento individual, racional y descontextualizado, asociado con el pensamiento cartesiano. El conocimiento “natural” es una descripción de un objeto que capta las características verdaderas de este objeto y que no dependen de la percepción nuestra. El conocimiento, según estas descripciones, conlleva a que las características reales de los objetos se imponen en nosotros. De esta manera, el proceso de conocimiento no puede ser tal, si nosotros nos imponemos en los objetos con nuestras percepciones, esperanzas, deseos y expectativas.

Lo que se arguye aquí y a lo largo de esta sección, es que esta perspectiva al conocimiento, no sólo es típica del proceso de conocimiento científico. Se arguye que dentro de la mayoría de la investigación psicológica social de la alimentación se proyecta este proceso de conocimiento a los consumidores comunes. Debido a la influencia del pensamiento cartesiano y su rechazo de un conocimiento que está contextualizado en un entorno social más grande, se podría decir que nos hemos quedado con relativamente pocas herramientas para entender al conocimiento de otra manera. Sin embargo, a través de la comparación con otras perspectivas a la representación, se intenta demostrar que la perspectiva cartesiana y el conocimiento individual, racional, descontextualizado (científico) asociado con ésta, es una sola perspectiva de cómo podemos llegar a un entendimiento del mundo (alimentario) que nos rodea.

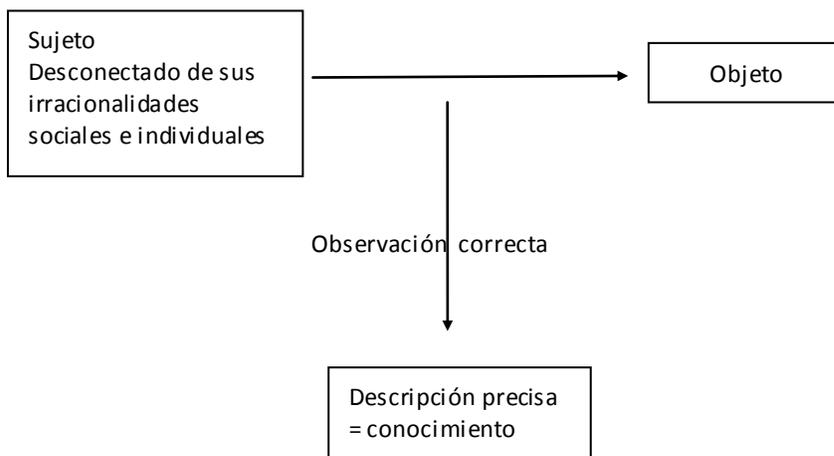


Figura 1.1 *La conceptualización cartesiana del conocimiento*

Como probablemente ya se ha inferido acerca de la centralidad del individuo, la racionalidad y la descontextualización, se podría entender a la ciencia como la representante mayor de la perspectiva cartesiana del conocimiento (Wagner, Hayes, & Flores, 2011). A través de la aplicación del método científico –que está basado en observaciones individuales y descontextualizadas- se logra la doble desconexión a la que se refería Descartes, y se pueden lograr observaciones exactas y descripciones precisas del mundo exterior. En esta producción de conocimiento, es el proceso el que tiene prioridad sobre las conclusiones. Otras formas de representación del mundo – que no pueden llevar la etiqueta de conocimiento verdadero- pueden ser motivadas; tienen un fin en específico, como la reafirmación de ciertos valores culturales; donde el proceso de representación está subordinado a éstos y manejado por las conclusiones (Moscovici, 2001). El proceso de representación científico, de lo contrario, pretende ser un proceso de representación no motivado, en el cual, el conocedor deja de lado las emociones y los afectos que pueden influir en los conocimientos que establece. El conocedor científico conoce simplemente por conocer. En otras palabras, la representación científica, es una representación individual que empieza desde cero; que no está ni debe ser influido por las representaciones ya existentes o por el contexto social en el cual se desarrolla la representación, lo cual, corresponde a las definiciones individuales, racionales y descontextualizadas que estableció Descartes del proceso de representación.

Esta relevancia del proceso sobre las conclusiones; la consideración de que el conocimiento puede y debería empezar desde cero, dejando de lado todo de la vida común, se puede observar en el hecho de que se le ha ido otorgando mucha importancia al método dentro de las ciencias (sociales) (Rozin, 2001). Implícita (o explícita) en este enfoque sobre el método se encuentra una premisa que otra vez resuena en el pensamiento cartesiano: La única manera de llegar a conocimiento verdadero es seguir con precisión los pasos prescritos. Se ha argumentado que esto ha llegado a un enfoque demasiado estricto en el método; poniendo más énfasis en el seguir los pasos (experimentales) apropiados que en considerar otras técnicas de investigación que podrían facilitar un proceso de investigación en específico: Si uno ha seguido todos los pasos apropiados, se razona, utilizando el método de la doble desconexión de Descartes, de tal manera, el conocimiento resultante no podría ser falso (Jovchelovitch, 2007; Rozin, 2001).

Visto desde la perspectiva cartesiana a la representación, lo que tendrían que contener las representaciones de la alimentación son las características verdaderas o físicas de los alimentos; dejando de lado todos los significados sociales y los rituales y los mitos que dan significado a la alimentación. La ciencia nutritiva es una representante de esta perspectiva al conocimiento alimentario: Extrae los alimentos de sus contextos y sus significados cotidianos y estudia, en un laboratorio y a través de la aplicación del método científico, sus características reales y los describen tal y como son: como entidades nutritivas. De esta manera, una tortilla es una cierta cantidad de carbohidratos, de proteínas, de vitaminas, etcétera y conocer su composición nutricional es conocer el carácter de la tortilla. El hecho de que la tortilla sea la base de un taco, que el taco sea considerado por excelencia la comida de la revolución mexicana, el hecho de que una tortilla ha sido la base de la comida mexicana tanto en la era pre como postcolonial el hecho de que es un símbolo de la identidad nacional mexicana, el hecho de que actualmente ha obtenido la reputación que engorda y que muchos y muchas intentan moderar su consumo de ellas y la influencia que tienen todos estos papeles sociales y culturales en el consumo se consideran como sesgos en el proceso de conocimiento sobre la tortilla.

La perspectiva de la desconexión ocupa un lugar central en la ciencia de la nutrición y esto corresponde a los objetivos de esta ciencia: sus objetivos se centran en la descripción de las calidades nutritivas de los alimentos y en la descripción del proceso fisiológico de la nutrición. Los objetivos de la ciencia nutritiva no se centran en la descripción de las experiencias cotidianas con la alimentación o –por ejemplo- en la definición de una guía moral para la alimentación cotidiana. Lo que se arguye en esta tesis, es que la perspectiva cartesiana a la representación también ocupa un papel central en el ámbito de las investigaciones psicológicas sociales de la alimentación. A pesar de que la psicología social es una ciencia que se enfoca principalmente en lo social; en las experiencias cotidianas y no en lo físico, se podría decir que los modelos y las teorías que se han desarrollado para entender la psicología social del comer, proyectan el proceso representacional cartesiano al consumidor. Es decir que detrás de estos modelos está el supuesto implícito de que el consumidor común conoce los alimentos como lo hace la ciencia de la nutrición y que ésta representación científica sirve para entender el comer cotidiano de las personas. Las herramientas que ofrecen estos modelos sirven para entender qué tanto el consumidor común ha internalizado y aplicado el discurso de la ciencia de la nutrición. Las herramientas que no ofrecen son éstas, que sirven para entender un proceso de representación común distinto al proceso científico; un proceso que no está basado en el proceso individual desconectado, inspirado por el pensamiento cartesiano. En otras palabras, los estudios psicológicos sociales de la alimentación, al tomar como punto de partida el

discurso científico acerca del “comer bien” y proyectarlo al consumidor común, tienden a enfocarse en **la función epistémica de la representación**: Se asume que las representaciones comunes de la alimentación tienen la función principal de describir las características reales, nutritivas de los alimentos:

Este enfoque sobre la función epistémica de la representación podría entenderse si se considera el punto de partida de varias investigaciones psicológicas sociales de la alimentación: La teoría de la acción planeada (Ajzen, 1988; 1991) es un modelo de toma de decisiones racionales que se ha aplicado frecuentemente al estudio de la alimentación. Estos estudios se han enfocado en la toma de decisiones acerca de –entre otros- el consumo limitado de la comida grasosa (Nguyen, Otis, & Potvin, 1996), el consumo de frutas y verduras (Cox, Anderson, Lean, & Mela, 1998), el consumo limitado del azúcar (Saunders & Rahilly, 1990) y el mantener “una dieta sana” (Anderson & Shepherd, 1989). Los comportamientos que se intentan predecir en estos estudios, son los comportamientos alimentarios que están de acuerdo con el conocimiento científico de la alimentación. O en estos estudios, se podría decir, se aplican modelos psicológicos con el objetivo de medir hasta que medida las representaciones de los participantes están de acuerdo con las representaciones científicas de la buena nutrición –proveniente de la ciencia de la nutrición. Este campo científico ha definido *la dieta balanceada* como la dieta sana. La dieta balanceada es aquella descrita en el Referente de la Ingestión Dietaria (Reference Dietary Intake; RDI) que ha sido desarrollado en los Estados Unidos por el Instituto Estadounidense de la Medicina (United States Institute of Medicine) (Nestle, 2002). En el RDI se describe las cantidades que diariamente se tendría que consumir de cada uno de los micro y macronutrientes (*e.g.* vitaminas, minerales, carbohidratos, grasas). Considerando esta proyección de la definición científica al consumidor común, se puede argumentar que es la función epistémica de la representación la que se encuentra central en estos estudios –a costa de otras funciones potenciales de ella.

Dentro de este paradigma del conocimiento otras formas de representación de la alimentación, como los sistemas de conocimientos antiguos sobre la buena alimentación², no se entienden como cualitativamente distinto al conocimiento científico sobre la nutrición sino se los entiende como sistemas antecedentes que no pudieron aprovechar del conocimiento real científico que hoy en día ha iluminado los detalles del efecto de la ingesta de alimentos en el cuerpo y la salud humana.

² Un sistema basado en los alimentos fríos y calientes (Cassidy, 1994) o en el balance líquido de la alimentación (Jobse - van Putten, 1995).

Si por el contrario, partiremos de una perspectiva de la representación que entienda al proceso de conocimiento común como cualitativamente distinto al proceso del conocimiento científico la definición de la dieta sana podría ser distinta a la definición de la dieta sana establecida por la ciencia de la nutrición. Es decir, si consideráramos que la representación común no se caracteriza por el mismo proceso ni por la misma estructura que la representación científica, el estudio del conocimiento alimentario común se podría enfocar en los procesos particulares (sociales, contextuales) que influyen en las definiciones establecidas en el ámbito de la alimentación.

El enfoque sobre la agencia individual de los estudios de la teoría de la acción planeada, se vuelve claro si consideramos los factores que ha definido este modelo como predictores del comportamiento (alimentario): La teoría de la acción planeada está basada en teorías que modelan las creencias de modo de predecir actitudes que a su vez predicen comportamientos (Fishbein, 1967a, b). Y proviene de una larga tradición dentro de la psicología social que estudia las actitudes para poder predecir la conducta. Las actitudes en su concepción inicial en la psicología social de los años 30s tenían un carácter social, en términos de encontrarse no tanto en la cognición individual, sino en el tejido social de un grupo. Actualmente, dentro de la investigación alimentaria y través de la teoría de la acción planeada, la actitud se ha vuelto un concepto individual que se ha definido como: “una tendencia psicológica que esta expresada a través de la evaluación, hasta cierto grado positiva o negativa de alguna entidad en particular” (Eagly & Chaiken, 1993). Este enfoque sobre el individuo refleja una tendencia más general en la psicología social que tiende a enfocarse más en la influencia de los procesos sociales *en el individuo* que en los procesos sociales en sí (Moscovici, 2001).

Dada que la relación actitud-comportamiento ha demostrado ser cuestionable (Conner & Armitage, 2002) la teoría de la acción planeada sumó otros pronosticadores del comportamiento. Estos también se caracterizan por un enfoque en la agencia individual: se definió como predictores de la conducta la percepción *individual* de la presión social y la percepción *individual* del control de comportamiento.

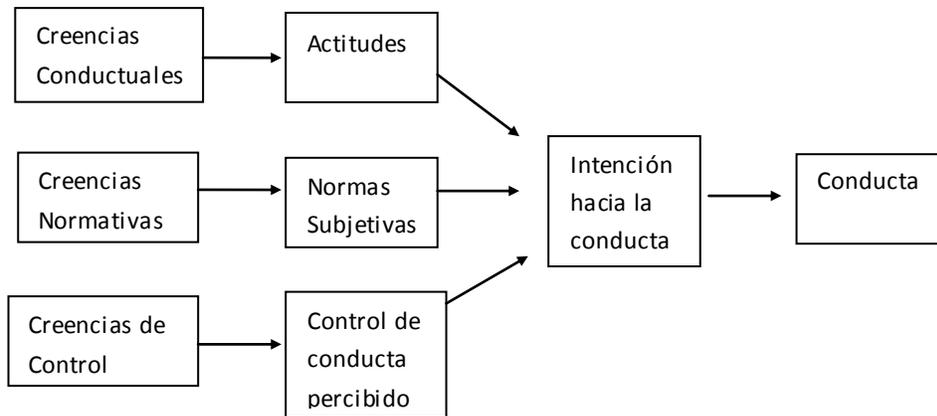


Figura 1.2 *La teoría de la acción planeada*

La inclusión de las normas subjetivas y la percepción de control de la conducta como factores pronosticadores de la conducta alimentaria (ver figura 1.2) en primera instancia parecen inclusiones de factores sociales: Pareciera que se toma en cuenta *el contexto* a través de las normas alimentarias que se han establecido. La manera en que estos factores están incluidos en las investigaciones de elección de alimentos es, sin embargo, a través de la medición de la percepción *individual*, en un momento dado (durante la investigación). En las investigaciones alimentarias de la elección de alimentos lo que hacen los participantes es, a través de los cuestionarios con preguntas de opción múltiple, reportar sus actitudes y sus percepciones individuales y de este momento. La medición por lo tanto queda a nivel de la percepción individual (de la influencia social y ambiental) en el momento en que el participante llena el cuestionario.

Se va a resumir la conceptualización que facilita esta teoría del proceso de conocimiento alimentario de la gente común. Es decir ¿qué herramientas nos da esta teoría para el entendimiento de la manera en que el consumidor común conoce a los alimentos? Y ¿en qué manera, se podría decir, está visible la influencia del pensamiento cartesiano en esta conceptualización?

La teoría de la acción planeada aplicada al estudio de la alimentación toma como punto de partida el conocimiento científico sobre la dieta sana, e indaga sobre qué tan de acuerdo está el comportamiento común (y el conocimiento correspondiente) con este conocimiento científico. Es decir, se proyecta al consumidor común el conocimiento científico alimentario y parte de la premisa de que presenta una manera adecuada para entender el conocimiento común de la alimentación.

Los estudios de la teoría de la acción planeada además se enfocan en las cogniciones individuales (actitudes, conocimiento, percepción de normas y de control) y así, parte de la premisa de que estos aspectos relacionados con la agencia individual, sirven para un entendimiento adecuado del proceso de conocimiento y del comer común. En términos generales se podría argumentar que este enfoque sobre la agencia individual refleja la conceptualización del conocedor individual y desconectado que facilitó Descartes.

Esta desconexión y la racionalidad que facilita el pensamiento cartesiano también están presentes en la conceptualización del proceso del comer común como un proceso de toma de decisiones racionales. Aunque los estudios hechos desde esta teoría reconocen ampliamente la influencia de factores sociales e irracionales, el enfoque principal es sobre el proceso individual y racional del conocimiento y de la toma de decisiones correspondientes a dicho conocimiento. A pesar de que reconoce influencias sociales y de conocimiento no científico, lo que facilita la teoría es la indagación sobre el proceso individual, racional, científico de conocimiento alimentario. No facilita el entendimiento de la influencia de estos factores sociales, irracionales, que van en desacuerdo con el pensamiento científico.

Considerando que las aplicaciones de la teoría de la acción planeada generalmente usa cuestionarios para indagar sobre las actitudes, los conocimientos y las percepciones individuales al momento de llenar el cuestionario, podría argumentarse que la conceptualización que establecen estos estudios del proceso de conocimiento y del comer común, es una relación entre la cognición individual de un lado y los alimentos de otro. Y en la cual, el conocimiento y el comer toman lugar – igual como en la conceptualización cartesiana del conocimiento- en un vacío social, cultural e histórico. Para el entendimiento de estos factores no se han desarrollado conceptos o teorías.

Esta tendencia a reducir los procesos del conocimiento y de acción común a procesos individuales, cognitivos, racionales y desconectados del contexto social, se considera, en esta tesis, una proyección del proceso de conocimiento científico (fundado en el pensamiento cartesiano) en los consumidores comunes.

Aunque –en la teoría de la acción planeada y en otros estudios- si se toma en cuenta la influencia social, se tiende a conceptualizar esta influencia social al nivel de la percepción individual: Una interrogante podría enfocarse en la percepción que tiene Alex sobre las influencias sociales que intervienen en sí se comería una manzana

durante su almuerzo de hoy en lugar de enfocarse en patrones alimentarios más generales o en el estudio más contextualizado del hábito de comer manzanas.

Siguiendo este ejemplo de la manzana, otra perspectiva al estudio psicológico social de la alimentación –una perspectiva no enfocada en las representaciones cartesianas- podría ser una perspectiva a las descripciones sobre la influencia social y contextual en la representación de la manzana, yendo desde la descripción de su papel en la expulsión del paraíso de Eva y Adán, hasta las campañas publicitarias que la promovieron como protectoras contra la enfermedad (an apple a day keeps the doctor away; una manzana al día, de médico te ahorraría), así como su cercanía o distancia a ciertas identidades nacionales particulares, más relevante hoy en día por la importancia de la comida local en tiempos del calentamiento global (i.e. mientras que desde hace poco el comer frutas tropicales fue popular entre la gente de países más fríos, hoy en día la tendencia es más bien comer frutas locales (manzanas) que no necesitan ser transportadas desde otras partes del mundo).

Considerar la influencia social en la alimentación de esta manera, no podría llevarse a cabo con una investigación a nivel individual, esto requeriría de una exploración del contexto histórico y cultural del consumo de las manzanas y de las características sociales de comunicación que influyen en el conocimiento que se tiene acerca de las manzanas, reconociendo que este conocimiento puede ser distinto al conocimiento científico sobre este. Estas exploraciones se enfocan en un nivel enteramente social que no es accesible a través del estudio de la cognición individual. Y dichas exploraciones sociales e históricas no se relacionan con la perspectiva cartesiana al conocimiento, y es por esto, se podría postular, que la investigación de factores sociales, contextuales e históricos no tienen un papel central en la psicología social de la alimentación.

Como ya se argumentó, aun en las investigaciones de la influencia social en la alimentación, esta influencia está evaluada a través de la investigación del individuo; se habla de *la influencia social en la elección de alimentos*. Elección que, al final de cuentas sigue siendo un proceso individual. No se ha conceptualizado, por tanto, la influencia social como la posibilidad de una construcción social de los alimentos a través de la cual los alimentos pueden lograr una identidad dependiendo de los procesos sociales de conocimiento común; en la cual, en otras palabras, pueden ser algo distinto a una composición nutricional.

Estudios psicológicos sociales que se enfocan específicamente en el estudio de la influencia social en la elección de alimentos, han sido orientados a niños, sobre todo a niños de entre los 3 o 4 y 11 años de edad. Estudios del desarrollo de hábitos alimenticios en seres humanos, han descrito que generalmente los hábitos alimenticios se establecen en este rango de edad: Antes de esta edad, la privación de comida (hambre) y el gusto (preferencia) son los dos motivos principales que determinan el comer; estos niños comen cuando tienen hambre y dejan de comer cuando están satisfechos, y comen únicamente los alimentos que les gustan. Y, por lo tanto, el comer en estas edades todavía no está influido por conocimientos sobre la alimentación o por aspectos sociales como los significados sociales y culturales que tienen los alimentos. Después de los 3 o 4 años los hábitos alimenticios se ven influidos por aspectos distintos al hambre y al gusto. Y se propone además que los hábitos alimenticios se vuelven difíciles de cambiar a partir de la edad de 11 años. Considerando la influencia obvia de la familia en niños de estas edades, se ha enfocado el estudio de la influencia social en la elección de alimentos en relación al influjo de la familia (Rozin , 1996).

La manera en que se ha estudiado la influencia social de la familia, es a través de la evaluación de las correlaciones entre las preferencias alimentarias reportadas por niños y sus padres. Contraria a las expectativas, se ha encontrado que estas correlaciones son bajas (entre 0.0 y 0.3); hallazgo que se ha nombrado *la paradoja de la familia*. Vista desde ciertas perspectivas estos hallazgos acerca de la influencia social en la alimentación efectivamente se podría considerar una paradoja (*e.g.* vista desde una perspectiva genética). Sin embargo, no necesariamente es así cuando consideramos los hallazgos desde una perspectiva al contexto más amplio de factores sociales, culturales e históricos que influyen en la alimentación.

En estos mismos estudios donde se evaluaron las correlaciones entre las preferencias de niños y sus padres, se ha encontrado, de manera sistemática, que las correlaciones niños-padres son más altas en el caso de los valores (acerca de la alimentación y otros dilemas sociales) (comúnmente alrededor de 0.5) (Rozin, 2007; 1996). La implicación que podríamos esperar es que la influencia de la familia no se queda tanto en la transferencia de preferencias o de hábitos individuales en sí, pero si en una transferencia de valores sociales. Esto justificaría un enfoque más en los valores familiares (en lugar de un enfoque en las preferencias o hábitos individuales) y estos valores podrían formar un marco dentro del cual cada miembro de la familia desarrolla sus propias preferencias y hábitos que pueden variar dentro de este mismo marco. Además, el desarrollo de estos marcos de valores, toma lugar dentro de un contexto social y cultural más amplio; es decir, la familia no vive y come de forma aislada, los valores que desarrolla la familia están bajo la influencia de la comunidad y

la cultura en que vive. Tomando en cuenta todo esto, podría decirse que los estudios de la influencia de la familia han sido sólo enfocados en los efectos inmediatos del comer de los padres y los niños, pero no toman en cuenta el contexto social, cultural e histórico.

Estas influencias contextuales generalmente tienen una relevancia dentro de un contexto geográfico y social en específico. Un ejemplo de ello es el estatus que tiene la comida rápida estadounidense en ciertas zonas del Norte de México, y esto es debido a la relación política, social y económica jerárquica entre estos dos países, así como la historia de migración desde México hacia los Estados Unidos (Sauri-Bazán, 2003). Otro ejemplo es el proceso de la moralización del consumo de carne, similar al proceso de moralización del consumo de tabaco y la creciente influencia del consumo de alimentos verdes que se ha descrito en ciertos círculos sociales en los Estados Unidos (Rozin, 1999). Una influencia del contexto social, cultural e histórico más grande que se ha observado en varias partes del mundo, es el decrecimiento del comer en familia, y esto debido a que ha habido cambios en el mercado laboral en el cual tanto mujeres como hombres desean o deben trabajar fuera de casa. De esta forma ni el padre ni la madre están presentes en casa para preparar la cena. Otra influencia en el decrecimiento del comer en la familia son los cambios en la industria alimentaria que empezó a dedicarse a la producción de cenas individuales para satisfacer las preferencias específicas de cada persona en la familia, de esta forma, cada quien puede preparar su cena a través de la simple calefacción en las microondas (Pollan, 2006). Es justamente el comer en familia lo que se ha descrito como un vehículo importante para las buenas relaciones intrafamiliares y una oportunidad para enseñar a los niños los valores (alimenticios). De esta manera, el desaparecer el comer en familia puede estar relacionado con el desaparecer de valores alimentarios y así mismo, asociarse con problemas alimenticios como la obesidad y/o la diabetes (Patrick & Nicklas, 2005) y con la pérdida de valores sociales y culturales más en general. Además, se considera que son los medios de comunicación los que reemplazan el comer en la familia como la influencia principal en el desarrollo de los valores (alimenticios) (Sauri-Bazán, 2003).

En la psicología social se ha conceptualizado cómo influyen estos cambios en el contexto socio-cultural en el conocimiento alimentario que tenemos. Se podría argumentar que el nivel en que se consideran estas influencias es, sin embargo el nivel individual (las preferencias individuales, el consumo individual, etcétera). Se asume, implícitamente, que el proceso fundamental de conocimiento es el mismo en todos los contextos; que el proceso es independiente del contexto en el cual se elabora. Y esta

premisa, se podría argumentar, está relacionada con la dominancia de la perspectiva cartesiana al conocimiento. Esta perspectiva se ha naturalizado y se ha vuelto la perspectiva no solo al conocimiento científico, sino también al conocimiento común.

Regresando ahora al ejemplo del estudio sobre la comida negra descrito en la introducción (Belasco, 1993), se concluye que, partiendo de las características ontológicas y epistemológicas de la teoría cartesiana del conocimiento, nunca se podría llegar a las conclusiones a las que llegó el investigador de la comida negra respecto a las elaboraciones sociales y locales de los alimentos integrales y los motivos específicos para incluirlos en la dieta. Debido a que el enfoque –al final de cuentas- es sobre el conocimiento de carácter científico en el consumidor común, teorías dominantes en la psicología social no facilitan un entendimiento de procesos de conocimiento distinto al científico. Es decir, no es que no se reconozcan las influencias sociales y las representaciones no científicas, sino que los presupuestos implícitos sobre el proceso individual, cognitivo, racional y desconectado de conocimiento no ofrecen los recursos necesarios para entender los procesos enteramente sociales y contextuales de conocimiento que tienen un carácter distinto al carácter de conocimiento científico.

Los alimentos/la dieta	Se asume que los consumidores comunes conocen los alimentos de la misma manera que los científicos.
El proceso de conocimiento	Un proceso individual, racional y descontextualizado.
El contexto de conocimiento	El proceso de conocimiento es descontextualizado; el comer es asunto de la relación entre la cognición individual y los alimentos que toman lugar en un vacío social, cultural e histórico.

Tabla 1.1 *Las implicaciones de la teoría cartesiana para la conceptualización del conocimiento común alimentario.*

La antropología cultural, y la corriente del estructuralismo dentro de ésta, han contribuido importantemente a la investigación de (el conocimiento sobre) la alimentación en las ciencias sociales. En la próxima sección, se introduce esta

corriente y algunos de sus investigaciones alimentarias con el objetivo de mostrar como son distintas la herramientas que ofrece esta corriente para conceptualizar el conocimiento común alimentario. Desde –en la perspectiva cartesiana- objetos físicos socialmente inertes que se imponen en nosotros y sobre los cuales podemos tener un solo conocimiento real, hasta –en el estructuralismo- portadores de significado social que dependen de nuestra percepción; a los cuales nosotros nos imponemos. De esta manera se intenta mostrar como la definición de la dieta buena; de lo que es bueno para comer cambia de algo no problemático a algo parcialmente problemático, para mostrar como el proceso de comer cambia de un proceso de toma de decisiones racionales a un evento predeterminado y como este proceso toma lugar en un contexto social, cultural e histórico en específico. El objetivo final de esta descripción del pensamiento estructuralista, es la introducción de otro acercamiento al conocimiento alimentario de la gente común; para hacer una comparación entre las herramientas que dan las perspectivas de la socio-cognición y del estructuralismo para entender cómo conocemos a los alimentos y cómo podemos pensar sobre la dieta (sana).

1.2 El pensamiento estructuralista

“If language is a code, where is the precoded message? The question is phrased to expect the answer: nowhere [...] But try it this way: if food is a code, where is the precoded message? Here [...] we are able to improve the posing of the question. A code affords a general set of possibilities for sending particular messages. If food is treated as a code, the message it encodes will be found in the pattern of social relations being expressed” (Douglas, 1972, p. 36)

Podría entenderse a la mente humana dubitativa según la definición de Descartes, como una fuente de agencia personal. Descartes estableció una distinción entre lo psicológico, lo físico y lo social; entre el mundo interno y el mundo externo y estableció nuestra mente dubitativa como la única manera de conocer al mundo externo: La actividad de la mente humana está bajo nuestro control (nuestra consciencia) y las representaciones son producciones nuestras que pueden ser correctas o incorrectas. Frente a la mente humana no-inercial está el mundo externo que, esencialmente, tiene una sola manera de ser; está bajo el control de las leyes naturales. Los alimentos, por lo tanto, son como son, mientras que en nuestra mente podemos tener representaciones correctas o incorrectas de ellos.

En la corriente del estructuralismo antropológico la conceptualización de la mente humana, como veremos, es distinta a lo arriba descrito y por lo tanto, distinta a la conceptualización detrás de muchas investigaciones alimentarias en la psicología social. Similar al pensamiento cartesiano, la corriente del estructuralismo está basada en la premisa de que el mundo externo (el mundo natural) es una realidad genuina. El estructuralismo se desvía del pensamiento cartesiano, sin embargo, con su premisa de que la comprensión humana de esta realidad está determinada por la manera en que funcionan nuestros sentidos y la manera en que nuestro cerebro está diseñado para ordenar e interpretar los estímulos. Una característica importante de este proceso de ordenar, es el cortar en trozos más pequeños lo que en realidad es una continuidad de tiempos y espacios: Mientras que el espectro de color es un continuum, nosotros como seres humanos percibimos y nombramos los colores como unidades separadas. Y es por este funcionamiento ordenador e interpretador de nuestro cerebro, que estamos predispuestos a pensar sobre el mundo como compuesto de una serie de objetos separados en el espacio y eventos separados en el tiempo. Cuando, como seres humanos construimos objetos artificiales o elaboramos eventos culturales, éstos deberían ser ordenados y segmentados en una manera similar en que suponemos (percibimos) que el mundo natural está ordenado y segmentado: la manera en que los

colores del semáforo están organizados es igual a sus posiciones en el espectro de los colores naturales; el rojo está al lado opuesto del verde y el amarillo está entre estos dos y así, la estructura natural de las relaciones entre los colores es la misma que la estructura que relaciona las tres instrucciones del semáforo. La imitación que hacemos de los objetos y eventos naturales en nuestras elaboraciones culturales es debido a que nuestro cerebro es un producto natural determinado por leyes naturales. Por esto, el objetivo estructuralista es el descubrimiento de cómo, en la elaboración de objetos culturales (como la cocina) están incorporados las relaciones que existen en el mundo natural: aunque la instrucción “parar” del color rojo del semáforo obtiene algún significado a través de la asociación del color rojo con el rojo de la sangre y así con el peligro, el significado real del color rojo no se percibe hasta que se entiende las relaciones entre el rojo, el verde y el amarillo. Son, por lo tanto, las relaciones entre los objetos culturales individuales y no son los objetos individuales mismos que son relevadores de información importante (Leach, 1974).

El estructuralismo antropológico propone que los elementos de una cultura, como las formas en la alimentación, están relacionadas todas con una estructura subyacente que los determina. Esta estructura es distinta a nuestras acciones en la realidad –nuestro comer- y a las formas ideológicas desde las cuales entendemos esta realidad –las ideologías a través de las cuales entendemos nuestro comer-; se le ha definido como el tercer orden (Barnard, 2000). Como actores en el mundo social y cultural, no estamos conscientes de esta estructura, en una manera similar a que no estamos conscientes de la estructura que subyace en nuestro lenguaje. El estructuralismo propone que el verdadero objeto de estudio en la antropología debería ser esta estructura determinante que produce las formas culturales específicas; formas que, en sí, anteriormente siempre fueron el objeto de estudio en las investigaciones antropológicas de culturas exóticas (Lévi-Strauss, 1997/2008). De esta manera se considera que mientras las expresiones culturales, por ejemplo de la alimentación, pueden ser distintas en la superficie, las estructuras que están detrás de ellas son universales y así los principios que determinan la alimentación son universales. Estas estructuras determinantes son estructuras de pensamiento humano que toman forma de oposiciones binarias (naturaleza/cultura; alto/bajo; humano/animal; vida/muerte). El pensamiento binario humano establece las categorías a través de las cuales entendemos el mundo alimentario y éstas, a su vez, determinan las prácticas alimentarias específicas.

Un ejemplo de una estructura desde la cual Lévi-Strauss ha intentado entender las prácticas de cocinar y elaborar alimentos, es a través del Triángulo Culinario (Lévi-Strauss, 1997/2008; Leach, 1974). En su descripción de cómo se puede entender las prácticas de cocina a través de las oposiciones binarias de la mente humana, entiende

a los alimentos cocidos como alimentos frescos o crudos elaborados por medios culturales, mientras que los alimentos podridos son alimentos frescos o crudos elaborados por medios naturales. Derivados de estos procesos los ángulos del triángulo culinario son crudo, cocido y podrido y las oposiciones binarias que dan sentido a nuestras categorías y prácticas de cocina son: no-elaborado (crudo), elaborado (cocido, podrido), natural (podrido, crudo) y cultural (cocido) (ver figura 1.3). Estas oposiciones binarias se derivan de las oposiciones percibidas en el mundo natural a través de los procesos naturales de transformación de alimentos y estas oposiciones se han interiorizado en la mente humana. Se puede entender las posiciones de las distintas formas de cocinar como asar, hervir y ahumar en la estructura a través de sus asociaciones con las oposiciones binarias: asar es un proceso natural debido a que establece un contacto directo entre el fuego y el alimento, sin mediación de algún objeto cultural. Hervir es cultural, debido a que este proceso si requiere la mediación por un objeto cultural (la olla). Ahumar está en la mitad entre las otras dos formas de elaboración: no requiere mediación de un objeto cultural, pero el contacto con el fuego esta mediado por el aire. Los productos finales de estos procesos de elaboración son opuestos en términos de su naturalidad/culturalidad: Asar, debido a que el proceso de cocción no es completo es parte de lo natural; hervir, porque establece un proceso de descomposición similar al proceso natural de pudrirse, es parte de lo natural; y ahumar, debido a que el proceso de cocción es completo, es parte de lo cultural.

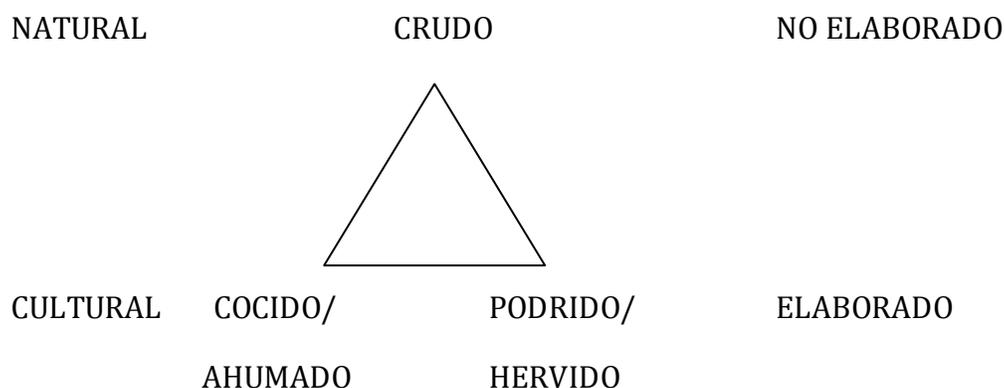


Figura 1.3 *El triángulo culinario de Lévi-Strauss.*

Estas reglas respecto a lo natural o lo cultural de las formas de cocinar de las cuales la gente común no está consciente, establecen ciertas prácticas concretas relacionadas con la alimentación. Por ejemplo: el hervir, como una forma cultural de cocinar, está visto como una cocina endógena, dentro de casa, y es por lo tanto feminizada. Asar, como una forma natural de cocinar, es visto como una cocina exógena, fuera de casa en banquetes y otras festividades, y por lo tanto es considerada masculina. El hervir se considera más apropiado para las clases altas- dado que todas las cualidades del producto son mantenidas en la contención de una olla, mientras que el asar se asocia con clases bajas, dado que las cualidades del producto se pierden al aire libre.

Es a través del analizar la estructura subyacente (el triángulo culinario y las oposiciones binarias de natural/cultural y no elaborado/elaborado) que podemos entender cómo los sistemas de elaboración de alimentos han sido perfilados y el modo en que estructuran el conocimiento y las prácticas alimentarias de una sociedad: dado que se suele asociar a las mujeres con aquello que ocurre dentro de la casa y a los hombres con lo que ocurre fuera de la misma, los modos de preparación de alimentos que son más apropiados para lugares cerrados se transforman en formas de cocinar femeninas y las formas de preparación de alimentos más apropiadas para lugares al aire libre se transforman en formas masculinas (el hombre en la parrilla).

Resumiendo el argumento general de Lévi-Strauss, se entiende que la estructura del pensamiento humano determina la percepción del mundo natural. Esta percepción de las estructuras en el mundo natural, a su vez, determina nuestro conocimiento y nuestras elaboraciones culturales (nuestras formas de comer) y así mismo, estas elaboraciones reflejan las estructuras percibidas en el mundo natural. De ahí podemos observar que el papel de la mente humana y nuestro conocimiento alimentario en nuestro comer está determinado por la estructura que tiene nuestro cerebro; aunque podemos pensar que comemos lo que queremos comer (el orden de la acción) porque tenemos muy buenas razones para ello (el orden ideológico o del conocimiento); lo que elegimos comer en realidad está determinado por una estructura que no conocemos conscientemente ("el tercer orden"). Y de ahí, la agencia humana en el acto de comer está subordinada –al final de cuentas- a las leyes naturales que manejan nuestro cerebro. De ahí, los alimentos no son los objetos físicos en el mundo externo como nos hizo entender Descartes, pero el significado social que tienen, se establece a través de una estructura, que como consumidores no entendemos de una manera consciente.

La definición de lo que es bueno para comer, la dieta sana, también podría entenderse como una construcción social inconsciente. La manera principal de entenderla no es como una realidad no problemática que se justifica a través de las características reales de los alimentos, sino depende de la estructura de categorías que establecemos inconscientemente y con base en las oposiciones binarias que determinan nuestro pensamiento. Aunque, como seres humanos, somos omnívoros y comemos “de todo”, comemos solo un 0.25% de las sustancias comestibles disponibles en la planeta (Safran-Foer, 2009). El hecho de que dejamos de lado casi todas las fuentes nutritivas que existen, sugiere que nuestra elección de alimentos no se basa principalmente en las características nutritivas de los alimentos. Douglas (1972) ofrece una explicación para esta aparentemente estricta definición de lo que es “bueno para comer”. Su explicación se basa en la tradición estructuralista de las oposiciones binarias en nuestro pensamiento. Arguye, por ejemplo, que el binario natural/cultural ha dado pie a nuestra distinción animal/humano que, a su vez, establece categorías que poseen un sentido y que son las bases de nuestro entendimiento del mundo y así estructuran nuestra comprensión de lo que es bueno para comer y lo que es malo para comer; una distinción que no tiene que ver, principalmente, con las composiciones nutritivas de los alimentos, pero con su lugar dentro, o afuera (las anomalías) de la estructura de categorías de sentido: Las fuentes de alimento animal que se mantienen dentro de su categoría animal pueden ser consideradas alimentos potenciales, pero aquellos animales que cruzaron la frontera ya no son considerados un alimento: Los piojos ingresan en nuestro entorno de vida, viven en nuestros cuerpos, y no los comemos. Las ratas cruzan la frontera dado que habitan en nuestros hogares, y tampoco las comemos; ni tenemos el hábito de comer nuestros perros y gatos. Por lo tanto, lo que no comemos no es necesariamente lo que nos hace daño, son las anomalías las que no nos comemos. Aunque hay excepciones: Los animales domésticos forman una anomalía; cruzan la frontera humano/animal porque viven con nosotros, pero nosotros mismos los hemos domesticado, los hemos invitado a vivir con nosotros de modo que podríamos comerlos. Para responder a esta anomalía auto-construida, añadimos un significado peyorativo a sus nombres; convirtiéndolos, por ejemplo, en insultos (vaca, cerdo). La estructura de categorías que da sentido a nuestro mundo alimentario también ha dado pie, argumenta Douglas, al hecho de que en la sociedad occidental, se divide el mercado de alimentos entre carne y pescado, y así no se hace sitio para los saltamontes: Los saltamontes se escapan de nuestras categorías y luego se convierten en tabú. Con respecto al tabú judío del puerco, Douglas argumentó e ilustró que el puerco no cae dentro de la categoría de animales de granja normales que figura en el Levítico. Los animales de granja, según los antiguos hebreos, son aquellos que tienen la pezuña partida y son rumiantes. Los puercos tienen la pezuña partida, pero no son rumiantes y por tanto no

caen dentro de tal categoría (animales de granja) Es por esto que se convierten en tabú (Douglas, 1972).

Como demuestran las referencias a “el mundo occidental” y “el tabú judío” en los dos ejemplos anteriores, la tradición estructuralista reconoce variaciones contextuales en las prácticas, los conocimientos e ideologías acerca de la alimentación. Ontológicamente, se asume sin embargo que los principios del pensamiento humano y las estructuraciones que establece son universales. Las razones para las cuales se establecen variaciones locales tendrían que ver con los desafíos concretos de un contexto cultural en específico.

La antropología cultural, y el estructuralismo más en específico, son otra fuente relevante de estudios científicos sociales respecto al conocimiento que tiene la gente común sobre la alimentación. Con base en la revisión anterior de ésta, ¿Cómo podría relacionarse esta tradición con una exploración del conocimiento alimentario común contextualizado? Los alimentos se han vuelto símbolos que no obtienen su identidad principal (para nosotros) de su composición nutritiva, sino de su relación con una estructura significativa inconsciente que está basada en las oposiciones binarias que caracterizan nuestro pensamiento humano. Se han cambiado, por lo tanto, de objetos físicos dados en portadores de significado. El significado que tienen sin embargo no es un constructo social, sino impuesto por dicha estructura ajena a nosotros. Esto también ocurre con la definición de la dieta sana; de lo que es bueno para comer; no es dado, pero tampoco lo construimos nosotros. Y aunque las prácticas, los conocimientos y las ideologías alimentarias pueden variar superficialmente dependiendo de un contexto social, cultural e histórico en específico, el objetivo principal del estructuralismo no es la conceptualización y la teorización sobre esto, debido a que el objeto verdadero de investigación son las estructuras universales; lo “realmente científico” (ver tabla 1.2). Se podría considerar las elaboraciones específicas de los alimentos integrales, de la alimentación natural o de algún otro fenómeno alimenticio como un símbolo; un portador de significado desde la antropología estructuralista. Sin embargo, el objeto último de investigación siempre sería lo compartido, lo universal que está detrás de estos símbolos locales.

	El pensamiento cartesiano	El pensamiento estructuralista
Los alimentos/las dietas	Se asume que los consumidores comunes conocen los alimentos de la misma manera como los científicos.	El conocimiento sobre los alimentos y las dietas no depende de las características de éstos, sino de las estructuras de percepción en el cerebro.
El proceso de conocimiento	Un proceso individual, racional y descontextualizado.	Un proceso universal e individual en el cual lo real y lo ideológico están subordinados al “tercer orden”.
El contexto de conocimiento	El proceso de conocimiento es descontextualizado; el comer es asunto de la relación entre la cognición individual y los alimentos que toman lugar en un vacío social, cultural e histórico.	Variaciones superficiales que dependen de los contextos sociales, culturales e históricos en específico, pero lo que es objeto de investigación del conocimiento son las definiciones universales que dependen de las estructuras del cerebro.

Tabla 1.2 *Las implicaciones de la teoría cartesiana y estructuralista para la conceptualización del conocimiento común alimentario.*

Comparando las herramientas que ofrecen la perspectiva socio-cognitiva (enraizada en el pensamiento cartesiano) y estructuralista para el estudio del conocimiento alimentario de la gente común puede concluirse que las dos perspectivas se encuentran en los extremos de la dimensión agencia/cognición individual – estructura: Detrás de la socio-cognición está la premisa de que la conducta alimentaria humana es cuestión de la razón y la agencia individual que enfrentan una realidad alimentaria genuina. Mientras que el estructuralismo entiende que la manera en que conocemos a los alimentos y nuestra manera de comer están determinadas por estructuras de significado de las cuales no estamos conscientes.

Dentro de la teoría psicológica social de las representaciones sociales las estructuras y la agencia individual no tienen un lugar tan oposicional, sino más bien

son dialécticas. Es decir que la teoría de las representaciones sociales aplicada a la investigación alimentaria considera que la realidad genuina sobre los alimentos y la alimentación no está necesariamente de acuerdo con la elaboración que hacemos de ella; no percibimos la realidad tal y como es, sino la percibimos a través de “las lentes” de nuestro contexto social y las representaciones que ya están presentes en este contexto e influyen en nuestra percepción del mundo exterior. Esta elaboración, por no reflejar la realidad tal y como es, es simbólica y depende de estructuras de elaboraciones anteriores. De esta manera, las estructuras se imponen en nuestro comer. Al mismo tiempo, sin embargo y a través del proceso de la comunicación social, los grupos colectivamente mueven estas estructuras; elaboran y re-elaboran los significados de los alimentos y del comer. Las estructuras de representaciones ya existentes no son omnipotentes y determinantes de los procesos de la comunicación social y la elaboración de representaciones sociales, pero las estructuras se mueven a través de la agencia social. Esta comparación entre las estructuras en el sentido antropológico cultural y las estructuras en el sentido de las representaciones sociales no es exacta; sirve aquí más bien para ilustrar las ideas que subyacen el estudio del conocimiento alimentario que se va a llevar a cabo. En el estructuralismo antropológico cultural se entiende a las estructuras como entidades fisiológicas en nuestro cerebro que determinan nuestra percepción y nuestro conocimiento del mundo. La teoría de las representaciones sociales entiende a las estructuras más bien como sistemas de conocimiento social que une a un grupo; similar a como Durkheim entendió a la función integradora de las representaciones colectivas (Durkheim, 1898/1996). Se hace la comparación entre las estructuras estructuralistas y las estructuras de la teoría de las representaciones sociales para ilustrar distintos puntos de partida para el estudio del conocimiento alimentario de la gente común y para introducir la influencia simultánea de las estructuras ajenas a los individuos y la agencia individual o social.

Distinto a como lo conceptualiza la socio-cognición, la agencia, a su vez, no es el motor principal o único detrás de la manera en que enfrentamos el mundo alimentario, debido a que las estructuras de elaboraciones se ponen en la mitad entre la agencia y el mundo alimentario. En adición, la agencia en la teoría de las representaciones sociales no es una agencia individual sino social. Donde la socio-cognición entiende a la agencia como un aspecto de la psicología individual y mide la agencia a través de, por ejemplo, un cuestionario de opiniones, actitudes, intenciones, percepciones etcétera, la teoría de las representaciones sociales conceptualiza la agencia como enteramente social, como un proceso de dar significado al mundo a través de los procesos sociales de comunicación.

La teoría de las representaciones sociales, por lo tanto y como veremos a más detalle, nos da ciertas herramientas en particular para el estudio del conocimiento alimentario de la gente común: nos permite considerar a los alimentos como portadores de significado social en lugar de objetos dados (composiciones nutritivas y el Referente de Ingesta Dietética). Y nos permite indagar sobre la manera en que el contexto social e histórico de los conocedores, los sistemas de conocimiento ya existentes y los procesos sociales de comunicación particulares de este contexto influyen en el conocimiento que se establece.

Comparándose esta elaboración al mismo tiempo agéntica e impuesta por estructuras con la elaboración de los alimentos negros (Belasco, 1993): se podría entender la imposición estructural desde las relaciones desiguales de poder entre los blancos y los negros y la agencia social desde la elaboración alternativa a la elaboración científica de los alimentos integrales como más completos en el sentido nutricional.

1.3 La teoría de las representaciones sociales

“From the historical viewpoint, Aristotelian physics is a physics of common sense. It was elaborated by systematizing some current ideas and is grounded on sensorial qualities – the famous secondary qualities- of objects, on the direct observation of phenomena, and on teleological explanation, on final causes. It is, however, neither incoherent nor illogical, nor is it a welter of errors as people thought before Duhem or Koyré showed the opposite. Galilean or Cartesian science is different, because it eliminates the sensorial properties of objects, introduces the experimental method in the study of phenomena, and therefore formalizes theoretical reasoning. At the same time it substitutes an explanation by efficient causes for the explanation by final causes. All of this is well known, yet must perhaps be recalled, because it was the reason why common sense appeared to me as a form of systematic, coherent knowledge. [...] By contrast with scientific thought, which in the ideal can be understood independently from its content in a formal mathematical-logical manner, spontaneous or everyday thought cannot be split up into two; the content inflects the reasoning, making it plausible, and but for it, the form would appear incomprehensible, nonsensical. In other words, the structure and dynamic of thought cannot be grasped when you start only from cognitive processes, since they cannot be divided from what is, so to speak, the substance of the actual knowledge.” (Moscovici, 2001, p. 240-241)

Se podría considerar a la teoría de las representaciones sociales y su lugar dentro de la psicología social desde varios ángulos; y así otorgándole varios objetivos con relación al avance de la investigación psicológica social. El objetivo más mencionado de la teoría de las representaciones sociales es el que intenta ofrecer una alternativa a la perspectiva dominante socio-cognitiva en la psicología social (ver sección 1.1); una alternativa que intenta explorar los procesos sociales desde una verdadera perspectiva social y no desde la percepción individual de los procesos sociales. Se han comparado estas perspectivas individual y social en la psicología social a través de la comparación entre las actitudes como conceptos individuales versus las representaciones sociales que son socialmente compartidas (Bergman, 1998). El objetivo último, sin embargo, de ésta perspectiva alternativa a la psicología social individual fue el desarrollo de una psicología social del conocimiento del sentido común; porque: “hay numerosas ciencias que estudian la manera en que la gente maneja, distribuye y representa el conocimiento. Pero investigar cómo y por qué la gente comparte el conocimiento construyendo así su realidad compartida [...] es el problema específico de la psicología social”. (Moscovici, 1990, p. 164 citado en Duveen, 2001; traducción mía).

Con este enfoque al conocimiento del sentido común la teoría de las representaciones otra vez se distingue de la perspectiva socio-cognitiva: Como vimos en la sección 1.1, la socio-cognición conceptualiza al consumidor común como un científico potencial; la manera en que esta perspectiva psicológica social se acerca al conocimiento alimentario de la gente común es conceptualizándolo como un conocimiento similar al conocimiento científico en términos de contenido y en términos estructurales. Las diferencias entre el conocimiento científico y el conocimiento de la gente lego no se entiende como un asunto de diferencias cualitativas sino es un asunto de diferencias cuantitativas; la gente común no tiene el mismo nivel de conocimiento y por lo tanto debe de ser educado en el conocimiento científico. Esta perspectiva al consumidor común como científico potencial se puede entender dentro del marco del énfasis que se ha puesto en el conocimiento científico fuera de la comunidad académica, lo cual ha surgido del estatus actual de conocimiento científico como la única forma de conocimiento real (Moscovici, 2001): El punto de partida es que para lograr niveles más altos de desarrollo se tiene que educar a la gente en el conocimiento científico; la gente tiene que aprender a pensar y conocer de manera científica. El conocimiento común y la comprensión cotidiana son considerados obstáculos, ruido, y errores que deben ser eliminados para poder seguir adelante (Jovchelovitch, 2007). Dentro de este marco del énfasis en el conocimiento científico la meta de las ciencias sociales (psicológicas) tendría que ser el entender la manera en que la gente común puede llegar de conocimiento común a conocimiento científico (Moscovici, 2001) (ver sección 1.1).

Contrario a esta perspectiva de la gente común como científicos potenciales, la perspectiva que toma la teoría de las representaciones sociales ante el estudio del conocimiento es una perspectiva al conocimiento común como una construcción social y contextual en lugar de una descripción precisa y correcta de un objeto en el mundo exterior por parte de la gente común. Al conocimiento común no se le considera como menos de lo mismo (conocimiento científico) sino se le considera como otro tipo de conocimiento que se caracteriza por su propio proceso de construcción y por su propia estructura.

Esta perspectiva al conocimiento se empezó a desarrollar desde los años 60s dentro del marco de los dos principales puntos de vistas acerca de la relación entre la vida cotidiana y la ciencia de aquel entonces: el punto de vista Marxista y el punto de vista propio del pensamiento de la ilustración. El primero de estos dos puntos de vista supuso que, para lograr consciencia, se debería imponer desde afuera el conocimiento científico. Los pensadores de la ilustración por su parte, supusieron que la conciencia social viene desde adentro y que a través de la educación y la comunicación, todos pueden y deberían ser transformados en científicos. Aunque los medios son diferentes

en cada perspectiva –la imposición de afuera en una perspectiva y la educación en la otra- ambos estas perspectivas al conocimiento consideraron al conocimiento científico como conocimiento real y dejaban fuera de la ecuación al conocimiento común. En este sentido, las prácticas de la vida cotidiana y los valores, las creencias y las ideas en que se basan, aunque son “reales” no son el punto de partida en la investigación alimentaria, debido a que su base no está en el conocimiento científico. Al estudiar las prácticas alimentarias en la vida cotidiana no se parte, entonces, de las prácticas mismas sino de las prácticas congruentes con el conocimiento científico (el Referente de Ingesta Dietética y que tanto está de acuerdo con esta la práctica). Fue la omnipresencia de esta perspectiva “de arriba hacia abajo” que impulsó la propuesta de las representaciones sociales acerca del conocimiento del sentido común.

La manera en que se empezó a estudiar al conocimiento del sentido común dentro de esta perspectiva, fue a través de la exploración de la transformación del conocimiento científico en conocimiento del sentido común (Moscovici, 1961/2008). Esta línea de investigación puso en orden inverso el proceso que asumieron los pensadores Marxistas e ilustrados y puso en orden inverso la manera en que la socio-cognición conceptualiza el conocimiento: en lugar de ir desde el sentido común hacia el conocimiento científico, se investigó el modo en que el conocimiento científico se transforma en sentido común. El ejemplo primario de estos estudios es la exploración por parte de Serge Moscovici (1961/2008) de cómo, conforme al conocimiento del sentido común ya existente en el grupo y su cultura grupal (religiosa), dependiendo de las motivaciones que subyacen su proceso de conocimiento y dependiendo de las formas específicas de comunicación social, tres grupos sociales distintos transformaban el conocimiento científico sobre la teoría del psicoanálisis en conocimiento común, integrándolo en su contexto social, cultural e histórico.

Las representaciones sociales son sistemas de conocimiento común –una forma en particular del conocimiento del sentido común- que van desde “valores, ideas y prácticas” con una función doble: En primer lugar, “establecer un orden que permita a los individuos orientarse a su mundo material y social y dominarlo; y, en segundo lugar, facilitar la comunicación social ofreciendo un código para el intercambio social y un código para nombrar y clasificar claramente los varios aspectos de su mundo y de su historia tanto individual como social” (Moscovici, 1979; citado en Duveen, 2001, p. 12; traducción mía). Las representaciones sociales son el resultado de un proceso de representación social lo cual entendemos como “un proceso histórico social de elaboración, comunicación y diseminación de sistemas de conocimiento” (Wagner, Hayes y Flores, 2011, p. 281).

Contrario al proceso de conocimiento como fue conceptualizado por los Marxistas, los pensadores de la ilustración, los pensadores cartesianos y los estructuralistas, la teoría de las representaciones sociales considera que el proceso de conocimiento y de representación empieza con las prácticas cotidianas. Es decir que las representaciones sociales se podrían entender como racionalizaciones colectivas de las prácticas cotidianas de un grupo, que se establecen, “en vista de las condiciones nuevas y prevalentes en la vida cotidiana en el contexto de sus sistemas de conocimiento –es decir; a partir de la interpretación simbólica de sus prácticas, o por la justificación y valoración explicativa de éstas” (Wagner, Hayes y Flores, 2011, p. 281). De esto derivamos que las representaciones sociales son elementos de conocimiento del sentido común, que son elaborados socialmente y partiendo de las experiencias concretas (interpretando, justificando y valorando éstas).

El carácter social del proceso de representación se refleja en la relación entre el sujeto y el objeto que establece la teoría de las representaciones sociales. Mientras que la teoría cartesiana del conocimiento se caracteriza por una separación radical entre el sujeto y el objeto (ver figura 1.1), dentro de la teoría de las representaciones sociales se asume que en la construcción del conocimiento común los sujetos no toman una perspectiva externa para poder describir un objeto tal y como es. En vez de eso, se asume que el conocimiento común se construye en una relación triangular entre el sujeto, el objeto, y el otro (ver figura 1.4). Se ha establecido una analogía con el concepto de “Biblioteca” para poder describir esta relación ontológica: podemos imaginarnos a nosotros mismos como nacidos en una gran biblioteca que contiene distintos conocimientos, normas, creencias, lenguaje, etcétera. El conocimiento ya existe en el mundo social en el cual nacemos y es por esto que no podemos teorizar ni hablar sobre la realidad tal y como es; porque nacemos en un sistema ya existente de conocimiento (científico y común), necesariamente partimos de estos sistemas cuando hablamos y teorizamos. En las palabras de Serge Moscovici (2001, 2001, p. 234-5; traducción mía): “Nuestro conocimiento (científico) es una institución como cualquier otra. Nuestras representaciones también son instituciones que compartimos y que existen desde antes por lo cual nacemos dentro de ellas”. La analogía con la biblioteca hace comprensible la relación triangular del proceso de conocimiento: sujeto – objeto – el otro; no podemos conocer y describir un objeto fuera de la influencia de las relaciones que tenemos con otros (nos influyen las representaciones ya existentes en el mundo en que nacemos) y somos influidos por la relación que tenemos con el objeto (la carne de res no tiene el mismo significado para un hindú o para un texano (no hindú)).

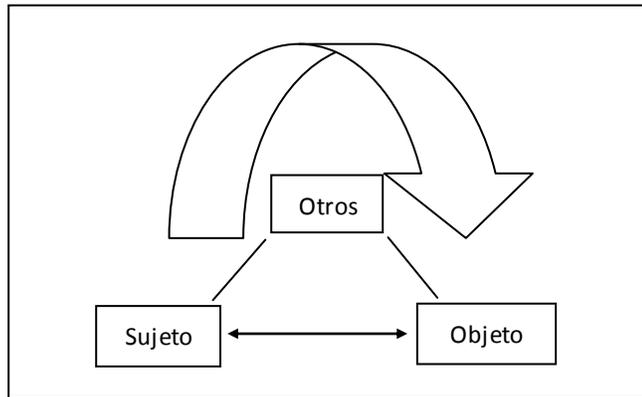


Figura 1. 4 *El conocimiento en la teoría de las representaciones sociales*

Fuente: Wagner, Hayes & Flores, 2011

Con la definición de esta relación ontológica, el estudio del conocimiento se vuelve a mirar hacia lo cotidiano y lo común. Mientras que la perspectiva cartesiana al conocimiento considera que solo podemos desarrollar conocimiento cuando nos elevamos de las irracionalidades de nuestras vidas cotidianas (Jovchelovitch, 2007). La teoría de las representaciones sociales arguye que se debería estudiar el conocimiento precisamente dentro de esta cotidianidad. De acuerdo con la teoría de las representaciones sociales, son las características de este conocimiento dentro de un contexto social, cultural e histórico en particular que deberían interesar a los psicólogos sociales. Porque es este conocimiento el que influye en nuestras realidades sociales. Las dimensiones sociales, emocionales y relacionales del conocimiento no se consideran distorsiones, desviaciones e irracionalidades; son características importantes de todo conocimiento; el conocimiento que empieza de cero no existe.

En términos de la manera en que conceptualiza la relación entre el conocimiento científico y el conocimiento común la teoría de las representaciones sociales, se debe mucho al pensamiento de Lévy-Bruhl: En el tiempo en que trabajó este antropólogo cultural hubo muchos pensadores y después de él hubo mucho más pensadores que teorizaron sobre el carácter social y simbólico (en lugar de individual y racional) del conocimiento (e.g. Durkheim y Mauss, Piaget, Vygotsky, Freud. Ver: Jovchelovitch, 2007). Contrario a estos pensadores sin embargo, Lévy-Bruhl no solo reconocía el carácter social y simbólico del conocimiento común, sino también argumentó que no se debería considerar al conocimiento común como una etapa

anterior al conocimiento científico (ver figura 1.5). Lévy-Bruhl se declaró en contra del pensamiento evolucionista aplicado al conocimiento: De acuerdo con el pensamiento evolucionista, el conocimiento común (de las sociedades “primitivas”) es un conocimiento que se encuentra en una fase temprana del desarrollo lineal del conocimiento hacia lo real, lo racional y lo científico. Contrario a esto, y de acuerdo con Lévy-Bruhl y la teoría de las representaciones sociales después de él, se debería entender la función y la estructura propia que caracteriza este conocimiento en lugar de entenderlo como fundamentalmente igual pero menos desarrollado que el conocimiento científico.

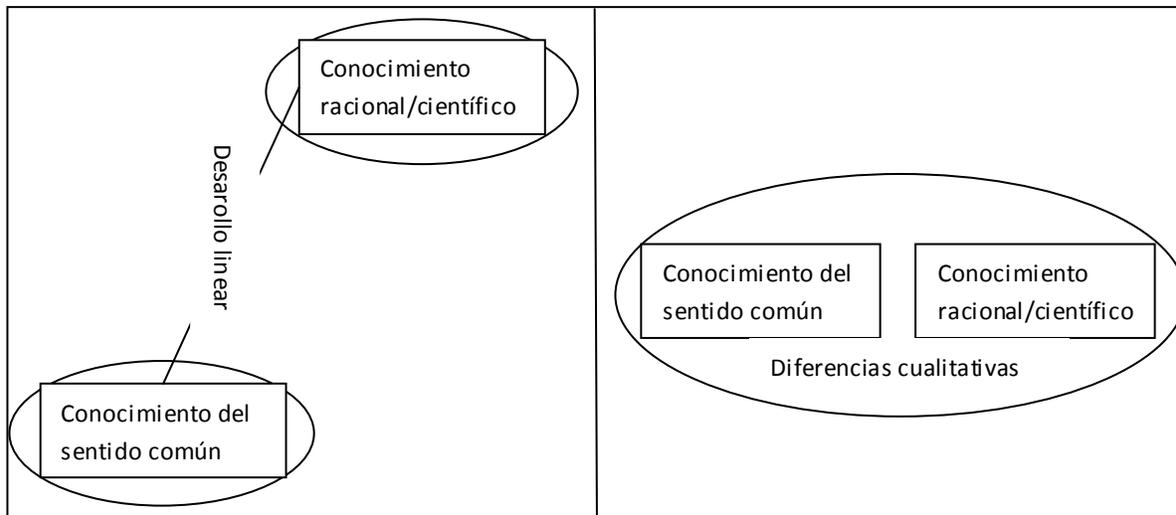


Figura 1. 5 *Las relaciones entre el conocimiento del sentido común y el conocimiento racional/científico de acuerdo con el pensamiento evolucionista (a la izquierda) y de acuerdo con el pensamiento de Lévy-Bruhl y la teoría de las representaciones sociales (a la derecha).*

Considerando estas características sociales y la relación que se tiene con el contexto de conocimiento, se infiere que la conceptualización que establece la teoría de las representaciones sociales sobre el conocimiento alimentario no puede ser una suma de características hechas en un vacío social. A diferencia de esto, el conocimiento sobre la alimentación depende de las estructuras de conocimiento ya existentes en nuestro contexto social. Un estudio de Paul Rozin (2006) en el cual los participantes juzgaron la naturalidad de ciertos alimentos y otros objetos, demostró esta relevancia de las estructuras de conocimiento ya existente: Participantes en el estudio consideraron a un perro domesticado a un nivel más natural que a un jitomate genéticamente manipulado, aunque los investigadores describieron al perro domesticado como genéticamente más distinto de un perro salvaje en comparación con un jitomate genéticamente manipulado del jitomate natural; a pesar de que la domesticación causa más cambios genéticos que la manipulación genética de los alimentos, la percepción común es la contraria. Esto demuestra que la naturalidad de la comida no es una suma de características que son estables a través del tiempo y espacio. La definición de la alimentación natural depende de las representaciones que están detrás del proceso de la manipulación genética de la comida y de la domesticación de los animales y las plantas.

Un estudio de las representaciones sociales de “la alimentación saludable” en grupos rurales y urbanos en Colombia (Parales-Quenza, 2006), demuestra como el objeto de la alimentación sana está elaborado desde las experiencias y prácticas cotidianas de los grupos distintos: aunque ambos grupos –rurales y urbanos- compartieron ciertos aspectos de sus representaciones sociales sobre lo que es la alimentación sana (una alimentación de origen vegetal), en otros aspectos se diferenciaron dependiendo de sus contextos sociales, culturales e históricos y las experiencias y prácticas correspondientes: los grupos urbanos –viviendo la urbanización de la alimentación- buscaron una alimentación sana volviéndose al campo, procurando el aire fresco, agua pura, comida genuina y tiempo suficiente para comer y digerir la comida; mostrando una falacia urbana de que la vida rural es más natural o más genuina. Los grupos rurales –viviendo la realidad rural en lugar de la representación por parte de los grupos urbanos- buscaron una alimentación sana en la incorruptibilidad en el pasado, cuando todo era más sano; mostrando una falacia rural de que todo tiempo pasado fue mejor. Es entonces a través de las prácticas y experiencias cotidianas dentro de sus contextos específicos y las motivaciones detrás del conocimiento que los distintos grupos sociales elaboran el objeto de la alimentación sana.

La relación ontológica que establece la teoría de las representaciones sociales, (ver figura 1.4) llega a la consideración de que la construcción del conocimiento no sucede y no puede suceder en un vacío social, no puede ser un producto individual; el proceso de conocer está entrelazado con los procesos de la comunicación social y con otras dinámicas sociales: es a través de la comunicación que se desarrollan las representaciones sociales y son a su vez los sistemas de representaciones sociales los que permiten la comunicación. Si no compartiéramos representaciones no podríamos entendernos. Siguiendo esta línea de pensamiento, las representaciones están en la base de la visión al mundo que compartimos. La primera parte de esta ecuación (las representaciones se desarrollan a través de la comunicación) (ver figura 1.6) juega un rol central en la metodología de las representaciones sociales en la cual el estudio de los procesos de comunicación es central. A través de esta parte de la ecuación también se puede diferenciar la teoría de las representaciones sociales de la tradición estructuralista descrita en la sesión 1.2. Es a través de la comunicación que los grupos sociales pueden poner en movimiento las estructuras de representaciones ya existentes; aunque el proceso de conocer no puede empezar desde cero y las estructuras de

representaciones se imponen en el proceso de conocer, estas estructuras no son inamovibles³.

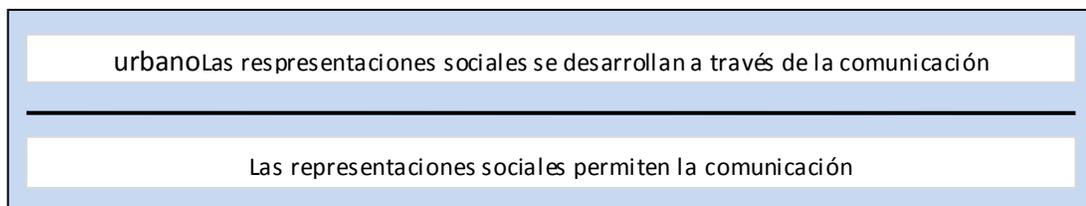


Figura 1.6 *Resumen del papel que juega la comunicación en la representación social.*

Además de jugar un papel central en la definición de la agencia social, la manera en que se entiende la influencia que tiene la comunicación social en el conocimiento resultante también está vinculada con las relaciones sociales en los contextos específicos. Respecto a este contexto de comunicación, Jovchelovitch (2007) ha distinguido entre los contextos de conocimiento tradicionales y destradicionalizados. Los contextos tradicionales se caracterizan por relaciones verticales de poder y de conocimiento; el poder de “decir la verdad” sobre las cosas está en estos contextos centralizado en ciertos institutos sociales como las iglesias y los palacios de gobierno. El conocimiento que resulta de los procesos de comunicación en estos contextos se caracteriza por una preponderancia de las conclusiones sobre el proceso. Es decir, la comunicación, y por lo tanto el proceso de conocimiento, no se enfoca primariamente en el decir algo “verdadero” (en el sentido científico) sobre los objetos de conocimiento, sino lo más importante del proceso de comunicación y conocimiento es la reconfirmación de estos conocimientos, creencias, mitos e ideas, etcétera que expresan la vista al mundo existente y que de esta manera sirve como el pegamento que integra la comunidad. Las representaciones que se desarrollan en estos contextos tradicionales son similares a las representaciones colectivas que describió Durkheim (1989; 1996; ver también: Jovchelovitch, 2007): sistemas de conocimiento omnipresentes que se imponen en los individuos, que difícilmente cambian y que sirven la función principal de la integración social.

³ La comparación entre las estructuras como las entiende la antropología cultural y las estructuras como las entiende la perspectiva de las representaciones sociales no se sostiene en términos teóricos, esta comparación más bien sirve para entender la influencia de los factores estables e inevitables en el contexto de conocimiento (ver sección 1.2).

En los contextos destradicionalizados, los procesos de comunicación y de conocimiento son distintos: los contextos destradicionalizados se caracterizan por relaciones horizontales de poder y por un flujo constante de información (por medio de los periódicos, la televisión y el internet). En estos contextos modernos de (relativa) democratización y acceso a la información, el conocimiento se caracteriza por su diversidad y dinamismo: el conocimiento siempre es negociado. Es debido al cambio (en el mundo occidental) de los contextos tradicionales a los contextos destradicionalizados de conocimiento que Moscovici nombró a los sistemas de conocimiento común que estudiaba representaciones *sociales* en lugar de representaciones colectivas; así reconociendo la influencia de los cambios en los contextos de conocimiento entre el tiempo de las representaciones colectivas y el tiempo actual.

A través de la segunda parte de la ecuación (las representaciones sociales están en la base de la vista al mundo compartido) llegamos a una de las maneras en que podemos diferenciar la teoría de las representaciones sociales de la perspectiva cartesiana descrita en la sección 1.1: los grupos sociales comparten una vista al mundo y esta vista, que está fundada en la estructura de representaciones sociales compartidas, se impone en el proceso del conocer, de forma tal, que el proceso de conocer un objeto desconocido parte de esta estructura de representaciones ya existentes y el proceso de conocimiento nunca es individual y desconectado.

La segunda parte de la ecuación (las representaciones sociales están en la base de la vista al mundo compartido) está relacionada además con una función primaria de la representación social: “el propósito de las representaciones sociales es lograr que algo desconocido resulte familiar o hacer familiar lo desconocido” (Moscovici, 2001, p. 37; letra cursiva en el original; traducción mía). Es a través de la familiarización de algo desconocido que podemos reconfirmar nuestra vista al mundo. Con esto, la teoría de las representaciones sociales parte del supuesto de que los grupos sociales se caracterizan por un deseo innato de vivir en una situación de estabilidad social, sin conflicto y sin fricción, en una situación en que todos comparten una misma cosmovisión fundamental que, en gran medida, no es desafiada salvo aquellas pequeñas discusiones que hacen más animada la vida cotidiana, pero que no minan fundamentos de nuestra experiencia social común (Moscovici, 2001). Es decir, la discusión tiene lugar “atada”: en sociedades democráticas poseemos -en principio- la libertad de decir lo que queremos decir y cuestionar lo que queremos cuestionar pero debemos mantenernos dentro de ciertos límites; como perros atados a una correa podemos atacar todo lo que está dentro de nuestro alcance, pero las

representaciones sociales que forman los fundamentos de nuestra comprensión compartida del mundo (la tierra como centro del universo en los tiempos de Galileo) no son parte de esta discusión que hace más animada la vida cotidiana (de ahí la condena a Galileo). Por tanto, el proceso de representación y de conocimiento es motivado por dicha estabilidad social y si desarrollamos conocimiento alimentario, no lo hacemos con el objetivo único de saber en un sentido científico, lo hacemos en gran parte para mantener nuestra vista al mundo compartido y la estabilidad social que ésta facilita.

La interrupción de dicha estabilidad social da pie –de acuerdo con la teoría- a un proceso de desarrollo de las representaciones sociales. La estabilidad social se interrumpe cuando nos enfrentamos con objetos desconocidos, respecto los cuales no tenemos un lenguaje común y qué para colmo cuestionan el orden normal de las cosas. Ejemplos de estas interrupciones son catástrofes naturales como la bacteria EHEC (el virus del pepino), el virus H1N1/09 (la influenza) y la epidemia de la vaca loca; catástrofes culturales repentinas como la caída del muro de Berlín o los ataques terroristas del 09 de septiembre. Estas interrupciones pueden también darse de un modo más gradual como el caso de la penetración lenta de la televisión y el internet fuera del mundo occidental (Wagner, et al., 1999). Otro ejemplo de una interrupción gradual fue la popularización de la teoría del psicoanálisis investigada por Serge Moscovici: cuando la teoría entró en el discurso público en Francia en la década del 1950, cuestionaba entre otras cosas las visiones existentes sobre la sexualidad y así ofreció una oportunidad para estudiar la manera en que la gente desarrolla el conocimiento común para poder re-establecer este orden social. La teoría asume además que para ser objeto de representación, un objeto no debe ser caracterizado nada más por algo nuevo, constituir una interrupción del orden social, pero que también debe de ser un objeto socialmente relevante. Es decir, que es únicamente cuando “algo está pasando” con el objeto de estudio (cuando el objeto fue recién introducido en el grupo o la comprensión del objeto está en un proceso de cambio) y cuando el objeto es relevante para el grupo social (cuando mueve la gente) se puede asumir que se elaborará una representación social de él.

Las características de las representaciones sociales no es lo único o lo primario que nos debería interesar siendo psicólogos sociales. También –o sobre todo- los procesos sociales a través de los cuales se desarrollan son objeto de investigación. Se arguye, en efecto, que el conocimiento común depende de lo social y de lo contextual; por consiguiente es precisamente la dinámica entre lo social y lo contextual lo que debe ser tomado en cuenta, si se tiene el propósito de entender el conocimiento

común. La teoría ha definido los mecanismos específicos detrás de estos procesos de construcción de las representaciones. Según la teoría, este proceso se caracteriza por dos etapas consecutivas: a través del proceso de *anclaje* se asocia el objeto de representación –para el cual en esta etapa de representación todavía no se tiene un lenguaje común- con un objeto más común del mundo social del grupo social. Representando el objeto nuevo del psicoanálisis por ejemplo, católicos en la Francia de las mitades del siglo 20 asociaron este “tratamiento médico sin medicina” (Moscovici, 2001; p. 39) con la confesión; un concepto lejos del contexto teórico del psicoanálisis, pero un concepto cerca de su experiencia cotidiana y cerca de su vista al mundo. De esta manera, las imágenes, las ideas y el lenguaje compartidos por un grupo social determinan la dirección inicial en la cual el grupo representa y entiende el objeto desconocido; lo integra en su vista al mundo existente.

Con el paso de tiempo y después del proceso de *objetivación* el objeto nuevo se vuelve independiente del objeto de la asociación inicial; del objeto a través de cual se estableció el anclaje. El objeto tiene su identidad propia; el vocabulario que tiene el grupo para hablar sobre el objeto es más extenso. Y junto con el imaginario que tiene el grupo para visualizar el objeto y con las reglas conductuales que guían la interacción que tiene el grupo con el objeto hace que el objeto se vuelve de un abstracto en algo muy concreto y presente en nuestro mundo social. Refiriendo al proceso de objetivación Moscovici mostró como “un complejo”, un objeto derivado de la teoría del psicoanálisis se ha cambiado de un concepto abstracto, teórico, con la popularización de la teoría del psicoanálisis, en un objeto concreto; en algo que tiene su existencia no nada más en el mundo teórico sino también en nuestro mundo real y social; se concretiza en las personas que sufren de los complejos; estas personas representan lo que es un complejo en su personalidad, en su manera de actuar e interactuar. O bien, percibimos en estas personas la personalidad, el comportamiento y las interacciones sociales que para nosotros representan el complejo.

Como veremos en el capítulo dos, los cambios drásticos y recientes en el ambiente alimentario y la relevancia de la naturalidad versus la artificialidad de los alimentos en hacer frente a estos cambios, también se podrían considerar como una interrupción gradual del orden social. Y la alimentación natural –consecuentemente- como un objeto de representación social. Respecto a la alimentación natural se parte del supuesto de que ésta es objeto de representación social porque “algo está pasando con ella”: debido a los cambios en el mercado alimentario la contradicción entre la comida natural y lo no natural se ha convertido en un objeto de cambio. Debido a la intimidad del comer (“somos lo que comemos”), la creciente comprensión de la

comida como fuente de salud y enfermedad (García-Arnaiz, 2007), las cuestiones morales que se asocian con la comida natural (Kenner, 2008; Geyerhalter, 2005) y el estatus social que se ha atribuido al consumidor de la comida natural (Johnston, 2008) (ver introducción) se parte del supuesto de que la comida natural también es un objeto socialmente relevante y –consecuentemente- objeto de representación social.

A través de esta introducción de la teoría de las representaciones sociales se espera haber ilustrado las distintas conceptualizaciones del conocimiento alimentario que son facilitadas por distintas perspectivas teóricas (ver tabla 1.3): la perspectiva socio-cognitiva, por su asociación con la teoría cartesiana del conocimiento facilita una conceptualización del conocimiento alimentario común como del mismo proceso y estructura que el conocimiento científico: un conocimiento común el cual se supone que se desarrolla a través de un proceso individual, racional y desconectado del contexto social. La perspectiva estructuralista facilita un entendimiento del conocimiento alimentario común en el cual el conocimiento no depende de las características de los alimentos, sino que son dichas características observables de los alimentos las que dependen de las estructuras de nuestro cerebro. La teoría de las representaciones sociales, por último, facilita una conceptualización en la cual, el conocimiento común tiene un proceso y características distintas al conocimiento científico: un proceso que depende del contexto social (*e.g.* tradicional o destradicionalizado) y del conocimiento ya existente en este contexto. Un proceso que además está motivado por mantener una estabilidad social más que por un deseo de describir nuevos hechos que pueden cambiar la vista al mundo y la explicaciones que se da a los fenómenos en el mundo social.

En esta tesis se acerca al conocimiento alimentario desde esta última perspectiva: como un conocimiento cualitativamente distinto al conocimiento científico. Como un conocimiento que se caracteriza por un proceso distinto al proceso de conocimiento racional, individual y desconectado. Y como un conocimiento que dependen de las motivaciones sociales y los desafíos específicos del contexto de su producción.

	El pensamiento cartesiano	El pensamiento Estructuralista	La teoría de las representaciones sociales
Los alimentos/la dieta	Se asume que los consumidores comunes conocen los alimentos de la misma manera como los científicos.	El conocimiento sobre los alimentos y las dietas no dependen de las características de éstos sino de las estructuras de percepción en el cerebro.	La manera en que se conoce a los alimentos depende de las características de éstos (conocimiento científico) y de las percepciones sociales que se imponen en éstos (estructuras de conocimiento común existentes).
El proceso de conocimiento	Un proceso individual, racional y descontextualizado.	Un proceso universal e individual en el cual, lo real y lo ideológico están subordinados al "tercer orden"	Un proceso de agencia social enfrentando estructuras de representaciones ya existentes.
El contexto de conocimiento	El proceso de conocimiento es descontextualizado; el comer es asunto de la relación entre la cognición individual y los alimentos que toman lugar en un vacío social, cultural e histórico.	Variaciones superficiales dependen de los contextos sociales, culturales e históricos en específico, pero lo que es objeto de investigación del conocimiento son las definiciones universales que dependen de las estructuras del cerebro.	Conocimiento local depende profundamente de las características del contexto social, cultural e histórico.

Tabla 1.3 *Las implicaciones de las teorías cartesiana, estructuralista y de las representaciones sociales para la conceptualización del conocimiento común alimentario.*

Capítulo 2

2. Estado del arte

“Throughout history, man has fought to reduce the risk imposed by nature. Developments from dams to antibiotics have been hailed as heroic triumphs against nature’s forces. There are indications however that in the Western world people have begun to associate naturalness with reduced risk” (Lin & Rozin, 2009, p. 2)

Introducción

En este capítulo se va a describir los cambios drásticos que han ocurrido en la producción, distribución y venta de los alimentos durante las últimas décadas. En adición, y justificando la perspectiva que se toma en esta investigación, se va a describir la relevancia de la contradicción entre lo tecnológico y lo natural en dichos cambios en el mercado alimentario.

2.1 Los cambios

Hasta hace unos siglos –más específicamente hasta la revolución agrícola e industrial- la humanidad vivió en un ambiente alimenticio más o menos estable. Sin embargo, se ha planteado el argumento de que en virtud de dichas revoluciones, nuestro ambiente alimenticio ha cambiado más en los últimos siglos que en todos los siglos anteriores en conjunto (Rozin, 2007).

A lo largo de estos últimos siglos, y a través de los procesos de globalización, la reestructuración económica y los modos de producción de alimentos post-industrializados, nuestro contexto alimentario ha cambiado drásticamente (Huotilainen, 2005). Como resultado de la producción masiva que utiliza recursos humanos escasos y económicos, los precios de la comida han bajado rápidamente; han surgido nuevos alimentos⁴ en el mercado; se han creado nuevos canales

⁴ Comida genéticamente manipulada, comida étnica, comida orgánica, comida funcional o comida nutricionalmente enriquecida

globalizados de mercadotécnica y con esto se dio pie a la llegada de los supermercados, las compañías multinacionales de comida y las franquicias de comida rápida (Schmidhuber, 2005). Con todo esto, la disponibilidad y diversidad de modos de alimentarse no tienen precedentes en la historia (Kenner, 2008; Schlosser, 2001; Fischler, 1980). Aquellos alimentos que solían ser específicos de una parte del mundo (tales como el maíz a las Américas, el arroz a Asia, las frutas tropicales a los trópicos) hoy en día son transportados fácilmente y han sido introducidos a otras partes del mundo. Los alimentos que son nuevos en función de la tecnología utilizada en su modo de producción, se desarrollan en forma constante: tomamos sodas, comemos goma de mascar de vino, yogurt sin grasa y yogurt enriquecido en nutrientes, podemos comer tomates modificados genéticamente, tomates cultivados orgánicamente o mecánicamente, etcétera. Y podemos ingerir grandes cantidades de cada uno de estos productos. Para mucha gente, la comida siempre está disponible, en cada esquina, en el supermercado, en un McDonalds o en un restaurant de alta cocina⁵.

Según Fischler (1980) hemos llegado – debido a estos cambios- a una situación de gastro-anomia: al existir un quiebre y erosión de reglas, normas y significados tradicionales asociados con la comida que actuaban como restricciones en la elección de la misma, queda el consumidor contemporáneo sin claves socio-culturales respecto de qué, cuándo, cómo y cuánto comer. Esto ha llevado, según Fischler, a que la acción de alimentarse constituya un acto individual en vez de social. Además –lo cual lleva a incrementar la anomia- el acto de alimentarse ya no está condicionado por restricciones ecológicas o según los alimentos disponibles en esa estación (Fischler, 1980). El hecho de que tanto hombres como mujeres actualmente participen en el mercado de trabajo reenumerado, constituye otra influencia en los cambios de nuestras maneras de comer. Debido a esto, el tiempo que se dedica dentro de la familia en la preparación de la comida se ha disminuido (actualmente entre 70 y 100 minutos diarios en México; 52 minutos diarios en promedio en el mundo occidental; OECD, 2011) así como el conocimiento cultural sobre la comida y su preparación; todo el conocimiento y las prácticas que tradicionalmente eran transferidos de una generación a otra (Sauri-Bazán, 2003; De la Riva, 1998; Oseguera, 1996; (Vargas & Casillas, 1996). Debido al disminuyo de la culturalización alimenticia dentro de la

⁵ Aunque incrementó la diversidad de productos disponible ha incrementado en términos de que llegaron productos étnicos (de otras partes del mundo) en los mercados alimentarios en todas partes del mundo y que aparecieron alimentos hechos a través de nuevas modas de producción, se ha argumentado también que la diversidad en los productos industriales es una diversidad falsa debido a que muchos de los productos son muy similares. Hay –por ejemplo- muchas marcas distintas de cereales, pero los ingredientes de todas son más o menos iguales.

familia y al incremento del tiempo en que estamos expuestos a medios de comunicación, estos últimos se han convertido en la fuente principal de información sobre la alimentación (Sauri-Bazán, 2003).

El estudio de la influencia que tienen los medios de comunicación en general y los anuncios alimentarios en específico en los hábitos de comer, se ha enfocado específicamente a los niños y los adolescentes. Parten del supuesto de que en la infancia y la adolescencia el individuo está más susceptible a los mensajes transmitidos por los anuncios y que los niños y los adolescentes están en medio de un proceso de desarrollo de una identidad (cultural), de una percepción al mundo y de una manera de interactuar con este mundo; lo cual afecta a los hábitos alimentarios que uno desarrolla. Además, la infancia y la adolescencia son fases críticas del desarrollo fisiológico, por lo cual requiere una nutrición adecuada (Sauri-Bazán, 2003). Se ha reconocido –sin embargo- el efecto que tienen los medios de comunicación en los hábitos alimentarios dentro de todos los rangos de edad, y no únicamente dentro de la población infantil y adolescente.

Según Goody (1995) la publicidad en el sentido moderno del término, surgió como una necesidad de comunicación entre el productor y el consumidor. Debido al desarrollo de manufactura en gran escala, la industrialización de la producción y los cambios que representó en el modo de la distribución alimenticia; debido a que la producción de alimentos dejó de tener lugar en el contexto familiar y empezaba a tener lugar en un contexto profesional (producido por granjeros, panaderos, carniceros y más adelante la industria en gran escala), ocurrió la necesidad de anunciar los productos. Inicialmente, los anuncios tenían el objetivo de crear una conciencia en los potenciales clientes de los productos disponibles. Con los cambios radicales en el mercado alimentario que han homogenizado este mercado⁶ el objetivo actual de los anuncios es el distinguir un producto de otros productos similares (Homs, 1992). Para lograr este último objetivo, se explota la función emocional de los anuncios en lugar de la función informativa que anteriormente era la función principalmente explotada: el enfoque de los anuncios ya no está en las cualidades físicas de los productos alimentarios, sino en el efecto que tendrá el producto en el estatus social del consumidor (consumir el producto te hace ser delgada, bonita, popular, un héroe, atractivo, exitoso, etcétera). De acuerdo con Anaya y Delhumeau (1984) los anuncios construyen una identidad o personalidad psicosocial a cada producto, que nada tiene que ver con el producto en sí; los anuncios publicitarios trabajan a nivel de las emociones de la gente con el objetivo de asociar los productos

⁶ En el sentido de que aunque parecemos tener mucho que elegir, en realidad los productos son muy similares.

con estas personalidades y despertar un deseo en el público hacia el producto; no por sus cualidades físicas, sino por su asociación con una personalidad. De acuerdo con De la Riva (1998) un factor importante en el consumo creciente de comida “moderna” (industrializada) en México como por ejemplo, la pizza, los hotdogs y las hamburguesas, es la asociación que se establece en los anuncios entre estos alimentos y un cierto estilo de vida. Alimentos más tradicionales y más saludables como la tortilla y el frijol pierdan su popularidad por su asociación con pobreza y desnutrición, y porque no son tan frecuentemente publicitados como los alimentos industrializados. Tal como lo demuestran estos estudios, los valores sociales y culturales (la valoración de un estilo de vida moderno, de la belleza y de la delgadez) dan significado a los alimentos y es este significado que –en gran parte, y quizás más que el valor nutritivo- determina si la gente los come o no. Así los medios de comunicación influyen en el desarrollo de valores alimentarios a través de establecer una asociación entre ciertos alimentos y ciertas categorías sociales y así estableciendo un valor simbólico de los alimentos.

2.2 Lo natural y lo tecnológico

Los cambios en el ambiente alimentario también han implicado cambios en la percepción de los riesgos asociados con la comida. Hasta hace unas décadas, el alimentarse suficiente era el problema más urgente a satisfacer para el consumidor común, pero debido a los procesos descritos anteriormente, el no comer demasiado y no comer “comida mala” se ha convertido en el problema más urgente para el consumidor común contemporáneo. Se podría argumentar que la contradicción entre naturaleza y tecnología juega un rol importante cuando hablamos de comida mala. Originalmente se dio la bienvenida a la tecnología alimenticia y se le vio con optimismo: la comida enlatada resultaba interesante (Goody, 2002) y la comida procesada ahorra tiempo en una dinámica laboral en la cual tanto mujeres como hombres trabajaban fuera de la casa (Nestle, 2002; Schlosser, 2001). Sin embargo, parecen haber vientos de cambio: se han dado controversias en torno a diferentes tecnologías alimenticias tales como la manipulación genética (Gauthier, 2010; (Wagner & Kronberger, 2001), la identificación de la producción tecnológica masiva como una de las causas de pandemias recientes (Kenner, 2008), los debates y dudas sobre el bienestar de trabajadores y animales en la industria alimentaria moderna (Kenner, 2008). Todo esto ha llevado a una percepción de que la presencia de la tecnología en el ambiente alimenticio es un factor de riesgo potencial y hay una tendencia a buscar un origen más natural en los alimentos (Huotilainen, 2005; Rozin,

2004). Podría decirse que esta tendencia tome lugar en la estela del movimiento de la comida natural (ver introducción).

El estudio de Huotilainen (2005) sobre la recepción de los alimentos tecnificados ilustra el cambio en la percepción de la tecnología alimenticia. En su estudio sobre nuevos alimentos realizado en Finlandia encontró que los participantes esperaban que la comida tecnológica (comida funcional, comida nutricionalmente enriquecida y genéticamente manipulada) tendría un sabor raro y que consideraban el uso de la tecnología en la producción de alimentos como algo anormal, utilizando metáforas como explosión, poder nuclear, medicina, muerte y terrorismo para describir la comida tecnológica.

Para explicar la relevancia de la comida natural en el mundo occidental, Lin y Rozin (2009) arguyen que la percepción de riesgos asociados con la naturaleza y la tecnología ha cambiado después de la revolución industrial, llevando a una preferencia por lo natural, dentro y fuera del ambiente alimentario: Antes de la revolución industrial los riesgos principales que amenazaban a los seres humanos eran de carácter natural: la naturaleza destruyó cosechas, causó inundaciones y epidemias. En tiempos modernos, es la tecnología más que la naturaleza la que está asociada a riesgos: es más probable que perdamos nuestra vida en un accidente de tráfico que debido a un desastre natural. Por lo tanto –dentro y fuera del contexto de la comida- se llegó a considerar que la naturaleza está asociada con la seguridad y la tecnología con los riesgos (Lin & Rozin, 2009)⁷

A nivel más específico en el estudio de la relevancia de la comida natural, Rozin (2004) ha descubierto que la reacción inicial de las personas al demostrar su preferencia por la comida natural es porque ésta es considerada mejor en un sentido material o funcional (sabe mejor; es más saludable). Sin embargo, cuando se neutralizan estas razones instrumentales se ve que la preferencia está dada porque las personas consideran que la comida natural es simplemente mejor; es mejor por ser natural. Se ha usado el concepto de *la falacia naturalista* –lo natural es mejor porque es natural (ver: Curry, 2006) para interpretar este hallazgo. La falacia natural está relacionada con el concepto de *biophilia*; un deseo innato por el ambiente ancestral humano (Wilson, 1984). Según los autores que definieron este concepto, los seres

⁷ Este cambio en la percepción de riesgos ha sido descrito también en otros ámbitos. Rooijendijk (2009) describe la historia holandesa de reclamo de tierra y los siglos que se trabajó en diques y presas para proteger al país, utilizando la tecnología, de las inundaciones que provocaban una alta tasa de mortandad. Según este autor, contemporáneamente con el retorno a lo natural, se ha llegado a desensamblar y destruir aquellos diques y presas para que el paisaje pueda regresar a su estado natural.

humanos consideran al ambiente ancestral humano, como su estado natural y así a la comida que se comía en este ambiente era comida natural. De esta forma quedaba fuera de discusión que el ambiente ancestral y su comida es lo deseable y lo natural, la comida natural es mejor simplemente porque *es* natural.

Podría argumentarse que el ambiente alimentario contemporáneo está caracterizado por una constante dicotomía entre naturaleza y tecnología, una adhesión a la naturaleza y el rechazo de la tecnología. Esta contradicción también está presente en el arte y la cultura; en los documentales de Kenner (2008) y Geyrhalter (2005) se expresa una crítica hacia la tecnología alimenticia y se crea una imagen idealizada de la comida natural: granjas que producen alimentos de manera tradicional y orgánica, en pequeñas cantidades. La dicotomía también está presente en las publicidades, donde aquellas compañías que dependen de la tecnología a la hora de producir sus alimentos, los asocian con la naturaleza para incrementar sus ventas (*e.g.* Nieves Noriega de Autrey, 2011). Gauthier (2010) arguye que existe una relación recíproca entre el rechazo de la gente hacia la tecnología alimenticia y la asociación con la naturaleza en la publicidad de productos alimentarios: debido a que la gente común prefiere la naturalidad y la comida natural, las compañías publican sus productos como naturales o los asocian con la naturaleza; sin develar la realidad respecto a su proceso de producción. Influidos por la publicidad la gente común adhiere todavía más a la comida natural, reforzando –a su vez- el incentivo para publicitar a los productos alimentarios como naturales (Ver imagen 2.1 que expresa esta idea en general). Una contradicción entre la naturaleza y la tecnología también caracteriza el pensamiento común sobre la salud y la enfermedad (Herzlich, 1973), este aspecto cobra más relevancia si consideramos el acercamiento desde un punto de vista médico que tenemos hacia la comida en la actualidad (la medicalización de la comida: García-Arnaiz, 2007).



Imagen 2.1 *El deseo por lo natural dentro de la industria alimentaria.*

Aunque la presencia de la tecnología en el ambiente alimentario no es un fenómeno reciente (Goody, 2002), el consenso general, si lo es: “antes la comida era mucho más natural” (Parales-Quenza, 2006; Huutilainen, 2005). Es posible que esta sensación de novedad se deba a que la percepción y la valoración de la tecnología ha cambiado (Beck, 1992). En este caso, no sería la tecnología en sí misma, sino el cambio de percepción lo que podría considerarse nuevo. De todos modos, la novedad percibida de la tecnología como parte del ambiente alimentario hace relevante el asunto de la comida natural: debido a la introducción de la tecnología, ya no podemos tener la seguridad de que nuestros alimentos sean realmente naturales⁸ y es necesario redefinir qué es y qué no es la comida natural, de modo de poder actuar hacia ella o en otros términos, consumirla. La pregunta de por qué las personas en el mundo occidental están gravitando hacia la comida natural cambia, y entonces pasa a ser: ¿cómo define la gente a la comida natural?

⁸ De acuerdo con la definición de la filósofa de la tecnología Keekok Lee (1999) los alimentos cien por cien naturales casi no existen en el mercado alimentario actual. Según la definición de Lee, los objetos naturales pierden su naturalidad al momento de que los seres humanos intervienen en su curso natural para obtener algún fin humano en específico. A las plantas y los animales domesticados por lo tanto –aun orgánicos y/o sin sustancias sintéticas– no se los podría considerar como naturales dentro de esta definición. Debido a que casi toda nuestra alimentación proviene de plantas y animales domesticadas podríamos argumentar que casi no comemos alimentos naturales.

Algunos estudios han intentado empezar a responder esta interrogante. Uno de estos estudios describe la relevancia del proceso sobre el contenido; es decir, cuán natural es un alimento está determinado no tanto por el contenido del mismo, sino por la medida en que los seres humanos han interferido en su proceso de elaboración (Rozin, 2006). Este estudio sobre las características de los alimentos naturales hace hincapié en la adición sobre la sustracción: se consideran más naturales aquellos alimentos a los cuales se le sustrajeron ingredientes (*e.g.* leche light) que a aquellos alimentos que tienen ingredientes añadidos (*e.g.* jugo de fruta enriquecido con vitaminas).

Estos estudios sobre la definición de la alimentación natural han arrojado luz sobre la percepción individual acerca de la composición de los alimentos naturales. O el conocimiento individual y descontextualizado de los alimentos naturales: estos no se enfocan sobre las definiciones de la alimentación natural que dependen de un contexto histórico y social en particular. Se aplica cuestionarios que midan hasta que medida los respondientes están de acuerdo interrogantes pre-establecidas sobre la naturalidad de los alimentos. El enfoque no era sobre cómo se desarrolla el conocimiento sobre la comida natural dependiendo del tiempo y contexto social de consumidor.

Considerando los hallazgos de Belasco (1993) en su estudio sobre el entendimiento común de los alimentos negros en un grupo en particular de consumidores estadounidenses en los años 60s (ver introducción), podríamos considerar que la manera en que se distingue lo natural de lo artificial depende del tiempo y contexto-socio-cultural en el cual se consumen los alimentos.

Es desde esta perspectiva contextualizada y social al conocimiento común que se va a indagar en este estudio, sobre el conocimiento común de la alimentación natural y se plantea la siguiente pregunta y los objetivos de investigación:

Pregunta de investigación y objetivos

Con base en lo que se ha sostenido en los capítulos anteriores se parte, en esta tesis, de las siguientes premisas:

- i. La corriente socio-cognitiva en la psicología social actual facilita una perspectiva individual, racional y descontextualizada al conocimiento alimentario de la gente común.
- ii. La teoría de las representaciones sociales brinda herramientas útiles para la investigación del conocimiento de la gente común, entendiéndolo como un proceso social, cualitativamente distinto al conocimiento científico y dependiendo de las particularidades del contexto social en el cual se desarrolla.
- iii. Las representaciones sociales se entienden como un tipo en particular de conocimiento del sentido común; una especie de conocimiento que se naturaliza en el sentido común.
- iv. Debido a los cambios drásticos en el mercado alimentario (*e.g* la globalización, la industrialización) varios temas acerca de la percepción de los alimentos se han vuelto relevantes; percepciones que sirven para hacer frente a dichos cambios. Entre estos temas están la seguridad de los alimentos, el carácter sano de las dietas, y la naturalidad versus la artificialidad de los alimentos.

Con base en estas cuatro premisas se define la siguiente pregunta de investigación y los siguientes objetivos:

Pregunta de investigación:

¿Cuáles son las representaciones sociales de la alimentación natural en consumidores, vendedores y productores pertenecientes a un contexto urbano y otro rural y cómo se naturalizan en su conocimiento del sentido común?

Objetivo general:

Explorar el proceso de construcción de una representación social de la alimentación natural y el sentido común acerca de la alimentación.

Objetivos específicos:

Analizar la historia y características de los mercados alimenticios naturales en un contexto rural y urbano.

Explorar cómo se ancla y objetiviza la alimentación natural y cómo son las prácticas hacia la alimentación natural.

Explorar el conocimiento alimentario del sentido común.

Capítulo 3

3. El método

Introducción

En los capítulos 1 y 2 se ha sostenido que las representaciones sociales ofrecen una perspectiva teórica al estudio de conocimiento la cual se distingue de las perspectivas al conocimiento fundadas en las teorías socio-cognitiva y estructuralista. En este capítulo se va a argumentar de qué manera ésta perspectiva teórica al conocimiento podría traducirse en una perspectiva metodológica al estudio del conocimiento.

Con este objetivo, en la sección 3.1, se describe el estudio de las representaciones sociales en general, las relaciones entre las características teóricas de un lado y las propuestas metodológicas de otro lado. Posteriormente, en la sección 3.2, se describen asuntos metodológicos relacionados con la definición de los grupos en el estudio de las representaciones sociales. En las secciones 3.3 y 3.4 se describen los grupos sociales y los métodos aplicados en el estudio actual y por último en la sección 3.5 se explica las estrategias de análisis usadas en este estudio.

3.1 La teoría y la metodología en las representaciones sociales

Según Breakwell & Canter (1993) se ha usado todo tipo de métodos conocidos en las ciencias sociales para el estudio de las representaciones sociales. Estos métodos tienen sus raíces, principalmente, en la psicología social cognitiva, en la sociología y en la antropología. Ejemplos de métodos frecuentemente utilizados son los estudios de tipo etnográfico, grupos focales, entrevistas estructuradas, semi-estructuradas, no estructuradas o a profundidad, análisis de prensa, asociación de palabras, cuestionarios y experimentos (Wagner, Hayes y Flores, 2011). Los autores generalmente confirman que la elección de los métodos apropiados depende de las características del objeto de estudio y la pregunta de investigación (qué tipos de datos existen y son accesibles que puedan iluminar la representación social del objeto) y las preferencias del investigador (Wagner, Hayes y Flores, 2011).

Dando una herramienta concreta para la elección de métodos adecuados para una investigación del conocimiento común en particular Wagner, Hayes y Flores (2011) han utilizado las relaciones entre los componentes del triángulo ontológico

(ver figura 1.6) y el lugar del triángulo en el paso de tiempo para definir tres orientaciones distintas (pero no estrictas) en la investigación de las representaciones sociales. Cada una de las orientaciones se asocia con métodos específicamente adecuados para este tipo de estudio.

La orientación que se enfoca en el componente de las personas y el componente del objeto corresponde a la orientación de la organización y estructura de las representaciones sociales y corresponde a métodos como los experimentos, los cuestionarios y la asociación de palabras. La orientación que se enfoca en el componente de las personas, el de los grupos y el del objeto, corresponde a la orientación de la interacción social y el proceso de representación social. Como métodos correspondientes se mencionan la etnografía, los grupos focales, el análisis de texto y el análisis de medios masivos de comunicación. Por último, la orientación que se enfoca al paso del triángulo ontológico a través del tiempo corresponde a una orientación al desarrollo histórico de sistemas de representación y, principalmente, al método del análisis de medios masivos de comunicación⁹.

⁹ Se ha sostenido que las orientaciones metodológicas son mejor entendidas como sugerencias y no como reglas estrictas y que la definición de los métodos apropiados siempre depende de las características del objeto de estudio en específico y las circunstancias de la investigación en específica (Wagner, Hayes y Flores, 2011).

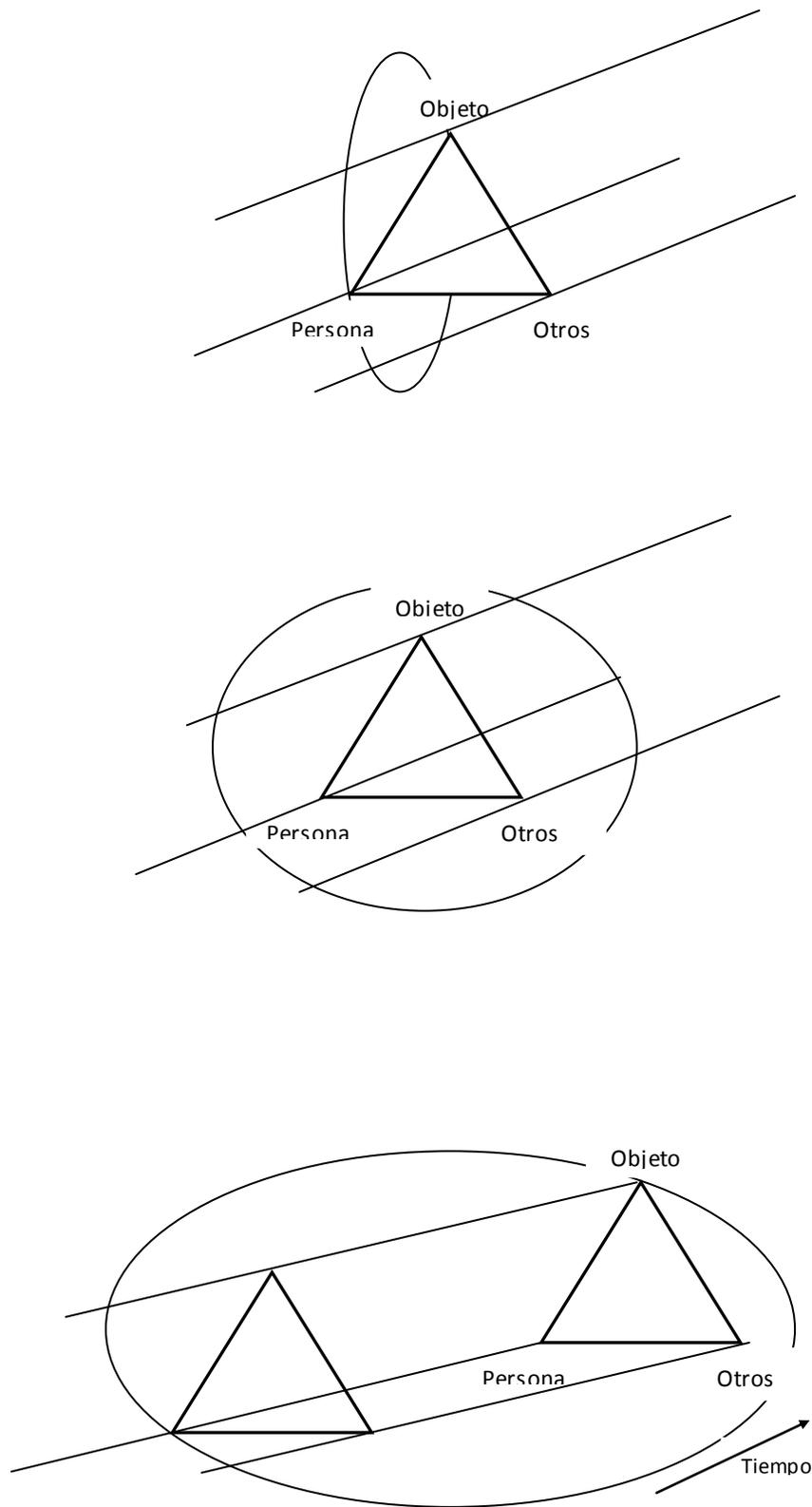


Figura 3.1

Tres orientaciones a la investigación de las representaciones sociales que corresponden a métodos distintos. Fuente: Wagner, Hayes & Flores, 2011.

Podría argumentarse que las características teóricas de las representaciones sociales (ver capítulo 1), que le dan una perspectiva distinta al conocimiento común, también deberían distinguir la perspectiva metodológicamente de otras perspectivas al conocimiento. Es decir, se podría argumentar que para distinguirse “realmente” de otras teorías y perspectivas en las ciencias sociales –principalmente de la psicología social cognitiva, para la cual intenta ofrecer una alternativa-, las características teóricas distintas de las representaciones sociales deberían vincularse con una propuesta metodológica con sus características distintas también. Algunas de las características teóricas que tendrían que tener implicaciones para el método son 1) el arraigo histórico de las representaciones sociales, 2) la multi-dimensionalidad de ellas, 3) la transcendencia de la dicotomía entre lo subjetivo y lo objetivo y 4) entre lo individual y lo social.

El arraigo histórico de las representaciones sociales se refiere a la conceptualización teórica que describe a las representaciones como enraizadas en un contexto social, cultural e histórico en específico; es debido al contexto en el cual se encuentra el grupo, el rango de las experiencias concretas que tiene con el objeto de estudio, y debido al conocimiento común y a las representaciones sociales ya existentes en este contexto que un grupo social construye sus representaciones sociales en la manera en que lo hace y con las características que tiene (Wagner, *et. al.*, 1999). No se podría llegar a una comprensión de las representaciones sociales acerca de la democracia de los grupos sociales en los países de Europa oriental después del fin de la guerra fría y la transformación democrática de estos países, por ejemplo, si no se toma en cuenta la historia política de estos países y como ha cambiado su relación con el concepto de la democracia (Wagner, *et. al.*, 1999).

La multi-dimensionalidad de las representaciones sociales se podría entender considerando su característica como sistemas de conocimiento que no son espejos de los objetos que existen en el mundo externo; que describen estos objetos tal y como son, pero que, al contrario, tienen un fin más práctico en la vida cotidiana: Sirven para que los miembros de un grupo puedan comunicarse sobre los objetos en su mundo social, para saber cómo interpretar las acciones de otros hacia el objeto y para saber cómo interactuar ellos mismos con estos objetos. Es debido a esta característica no objetiva sino como una herramienta para la comunicación y acción en la vida cotidiana que las representaciones sociales no son meras descripciones de un objeto sino que tienen varias dimensiones: Cogniciones sobre el objeto, afecto y conducta hacia ello, evaluaciones y imágenes de ello (Wagner, Hayes y Flores, 2011). Es del conjunto de las dimensiones y la manera en que están estructuradas que podríamos intentar derivar que es la representación social la que facilita para el grupo social la comunicación y la acción hacia el objeto de estudio.

La dicotomía entre el sujeto y el objeto es una característica de la tradición dominante de la cognición social en la psicología social (ver sección 1.1). La teoría de las representaciones sociales intenta ofrecer una alternativa a esta tradición dominante que no establece dicha dicotomía. La separación del sujeto y objeto se establece a través de la premisa de que existe una descripción verdadera sobre el objeto que el sujeto puede lograr si su observación es correcta (como el científico aplicando el método correcto) (Jovchelovitch, 2007). Visto desde esta perspectiva, los objetos alimenticios tienen ciertas características nutritivas (son un conjunto de cierta cantidad de vitaminas, proteínas, grasas, etcétera) y son estas características que los definen, que forman su identidad real. En la investigación dominante socio-cognitiva, se podría imaginar al sujeto enfrentando un objeto del cual su percepción puede ser correcta o incorrecta. En su intento de trascender la dicotomía entre el sujeto y el objeto, la teoría de las representaciones sociales parte de la imposibilidad de separar de esta manera los objetos y los sujetos; para los sujetos un objeto (*e.g.* los alimentos) no existen de otra manera más que en las representaciones sociales que tienen de ellos (ver el triángulo ontológico; figura 1.6). La percepción de los alimentos no es, por lo tanto, correcta o incorrecta, sino varía cualitativamente dependiendo de las relaciones que tienen con los objetos y las relaciones sociales que tienen con otros sujetos.

Tradicionalmente en la psicología social (en la perspectiva socio-cognitiva) se crea también una dicotomía entre lo individual y lo social. Es decir que la característica social de la psicología social queda principalmente en la investigación de la percepción social dentro del individuo; es en el nivel individual en el cual se hacen los análisis de los procesos psicológicos sociales que se están estudiando y no en el nivel social. La teoría de las representaciones sociales intenta trascender esta dicotomía proponiendo que “en lugar de imaginar las representaciones sociales dentro de las mentes individuales, es mejor imaginárselas a través de las mentes individuales, similar a un tejido establecido, a través del intercambio de palabras y acciones de un grupo social” (Wagner, et. al. 1999, p. 95; traducción mía). Las representaciones sociales, en resumen, no son completamente reductibles a las psicologías individuales, sino, tienen un carácter tanto individual como social.

En adición a la estrategia basada en las relaciones entre los componentes del triángulo ontológico y el lugar del triángulo con el paso del tiempo, otra estrategia para determinar la utilidad de los métodos de investigación en una exploración empírica de las representaciones sociales es a través de estas cuatro características teóricas:

Si se quiere tomar en cuenta *el arraigo histórico* (1) de las representaciones sociales se podría llevar a cabo un análisis histórico del fenómeno de estudio dentro y fuera del contexto de estudio. De esta manera se podría llegar a una comprensión general de cómo a través del tiempo se ha interactuado y pensado sobre el fenómeno de estudio y los cambios importantes en la conducta y el pensamiento sobre el fenómeno de estudio. Respecto al estudio de la alimentación por ejemplo: ¿de qué manera se han desarrollado los hábitos alimenticios en este contexto en particular? Y ¿cómo ha influido en esto el contexto socio económico y político en que vive el grupo? ¿Cuáles son los cambios que han ocurrido en el mercado alimentario local del grupo (e.g. la disponibilidad de alimentos, restaurantes, tiendas etcétera)? Este tipo de investigación de la historia del fenómeno de estudio se podría llevar a cabo a través de, por ejemplo, un estudio etnográfico, un análisis de prensa, un estudio de la literatura relevante, o a través de entrevistas con expertos.

Varios autores (Farr, 1993; ver también: Flick, 1992) abogan por el uso de múltiples métodos para considerar *la multi-dimensionalidad de las representaciones sociales* (2). Algunos métodos (e.g. los cuestionarios) pueden ser utilizados para la investigación de las cogniciones respecto al objeto de estudio, mientras que otras dimensiones son más fácilmente adquiridas a través de otros métodos; como por ejemplo, la conducta a través de los estudios de tipo etnográfico y los afectos a través de las entrevistas a profundidad. Se argumenta que para captar la compleja dimensionalidad de las representaciones sociales es necesario combinar varios métodos que individualmente permiten acercarse a distintas dimensiones. El argumento del multi-método es cerca a la estrategia de la triangulación como lo ha definido Denzin (1970/1978). La triangulación es una metáfora proveniente de las estrategias militares de la navegación que ocupa múltiples puntos de referencia para localizar la posición exacta de un objeto. Se ha criticado la estrategia del multi-método por ser una estrategia de validación en el sentido tradicional que asume que existe una sola realidad sobre el objeto de estudio y que existe una sola conceptualización del objeto por parte del sujeto que se pueda encontrar independientemente del acercamiento metodológico. Este sentido tradicional de la validación coincide con la dicotomía entre el sujeto y el objeto que intenta trascender la teoría de las representaciones sociales (Silverman, 1985).

De acuerdo con la premisa de que la teoría de las representaciones sociales intenta *trascender la dicotomía entre el sujeto y el objeto* (3), el conocimiento común no depende únicamente de las características de los objetos (los objetos se imponen en nosotros) sino el conocimiento común depende también de la integración del conocimiento en un sistema representacional más grande y de las relaciones que tiene un grupo social con el objeto. Esta característica teórica, de manera similar a las otras

aquí discutidas, no se traduce fácilmente en una propuesta metodológica, pero los métodos cualitativos que se enfocan en el contexto de conocimiento (*e.g.* ¿Cómo se relaciona el conocimiento que se tiene de la alimentación natural con el conocimiento alimentario más en general?) y en las prácticas que justifican el conocimiento que se tiene, serían más adecuados que los métodos cuantitativos enfocados no tanto en la profundidad del conocimiento y las prácticas, sino en las relaciones entre variables. Métodos apropiados podrían ser, en este caso, la etnografía, un análisis de discurso popular, de los mitos, las creencias y los valores y entrevistas narrativas, o de profundidad.

En el intento de superar *la dicotomía entre lo individual y lo social* (4), se podrían usar métodos que permitan la investigación de las conceptualizaciones que se encuentran en el tejido social, y que vinculan las cogniciones individuales en lugar de o en adición a las conceptualizaciones que se encuentran en las cogniciones individuales. Métodos que permiten la evaluación de las conceptualizaciones sociales son, por ejemplo, el análisis de prensa o del imaginario que existe respecto del objeto de estudio. Métodos que permiten la evaluación de las conceptualizaciones individuales son, por ejemplo, la entrevista individual o el cuestionario.

3.2 Los grupos sociales: apuntaciones metodológicas

Se ha definido a la perspectiva psicosocial de las representaciones sociales como la psicología social sociológica, mientras que la perspectiva de la cognición social se entiende como la psicología social psicológica. Dentro de la última perspectiva, el sujeto de la investigación es el individuo mientras que en el estudio de las representaciones sociales, aunque frecuentemente se estudia a las representaciones sociales a través de la interrogación de los individuos, el sujeto de la investigación es el grupo social. Los criterios de inclusión en la perspectiva de las representaciones sociales no caen, por lo tanto, en un nivel individual sino en el nivel grupal, y si estudiamos las representaciones sociales a través de la interrogación de individuos, no son las características socio-psicológicas o demográficas de un individuo las que determinan si el individuo puede ser sujeto de investigación; el criterio más bien es, si el individuo es parte del grupo social bajo estudio.

Respecto a la definición de las fronteras entre grupos, la teoría de las representaciones sociales considera que son las mismas representaciones sociales las que determinan las fronteras entre grupos: Visto desde la teoría de las representaciones sociales un grupo es un grupo porque comparte una representación social. Partiendo de esta definición, el grupo social no es un fenómeno absoluto; el grupo social X que comparte una representación social sobre “la dieta sana” no sigue siendo un grupo social a través de los contextos y tiempos: Este grupo social posiblemente no comparte representaciones sociales de otros objetos como la sexualidad o la democracia. Además, podrían ocurrir cambios en el mercado alimentario que causarían cambios en las representaciones sociales que tiene el grupo y que lo subdividirá en grupos más pequeños. El grupo social dentro de la investigación de las representaciones sociales por lo tanto siempre es relativo a un objeto de representación específico y a un tiempo en específico.

Con estas dos consideraciones en mente, podemos intentar responder las preguntas que hizo Bergman (1999) respecto de la definición de los grupos dentro del estudio de las representaciones sociales. Bergman pregunta: “¿En el caso en que miembros de un grupo en particular comparten un conjunto de representaciones sociales, podría concluirse automáticamente que una persona que comparte este conjunto de representaciones sociales también es un miembro de este grupo? O ¿puede compartir una persona una representación social con un grupo sin pertenecer a él? Alternativamente, ¿puede alguien pertenecer a un grupo pero no compartir sus representaciones sociales esenciales?” (Bergman, 1999, p. 2; traducción mía). Considerando la relatividad de un grupo social a un objeto de representación, se

podría responder que el grupo en particular sobre el que habla Bergman, no es un grupo en particular fuera de la representación de un objeto de estudio. Es decir que, teóricamente visto, los grupos sociales no existen antes de nuestra definición de éstos respecto del objeto de representación. Se puede agregar que las representaciones sociales, como discutimos arriba, no son completamente reductibles al nivel individual; no se puede diagnosticar las representaciones sociales que tiene una persona para después atribuirle la pertenencia a un grupo social en específico, sino, se considera que para poder hablar de una representación social y distinguirlo de conceptos psicológicos sociales individuales (*e.g.* las actitudes, las opiniones), es necesario combinar estos conceptos individuales con un discurso no -individual que se encuentra en el tejido social del grupo. Es decir, aunque se ha argumentado que las representaciones sociales dependen de la cultura y que por compartir una cultura, es probable que las personas dentro de ésta compartan representaciones sociales, (Bergman, 1999) se parte en este escrito de la relatividad de los grupos sociales a un objeto y un tiempo en específico; aunque es probable que las fronteras entre culturas coincidan con las fronteras entre grupos, se considera que es más preciso considerar que dentro de una cultura más amplia puedan existir representaciones sociales distintas debido a la relación que tiene el grupo social con el objeto en específico.

Siguiendo la afirmación de Wagner, Hayes y Flores (2011) que es el rango de las experiencias con el objeto que determina lo que es pensable respecto del objeto de estudio y la argumentación central de Serge Moscovici (2001) de que las representaciones sociales se establecen a través de la comunicación social y sirven como guiones de acción, se puede entender que esta relación que tiene el grupo social con el objeto en específico depende del contexto social, cultural, histórico, comunicativo y pragmático que comparte el grupo respecto al objeto de estudio (ver figura 3.1). Como ilustración nos podríamos imaginar una investigación hipotética de las representaciones sociales del “agua” en Holanda. El compartir el contexto nacional holandés y el haber pasado mucho tiempo en este contexto social, cultural e histórico implica haber aprendido de maneras explícitas e implícitas sobre la amenaza que ha representado el agua para el pueblo holandés y sobre los efectos que han tenido las inundaciones en el desarrollo tecnológico, cultural y de la vida cotidiana en Holanda. Antes de que se desarrollaran tecnologías de gestión del agua exitosas sobre el curso de los siglos en Holanda, el agua representaba para los holandeses frecuentes inundaciones que causaban la destrucción de pueblos y ciudades enteros y la muerte de muchos de sus habitantes. Aunque hoy en día los mares y los ríos no presentan una amenaza real para el pueblo holandés, sigue presente en varias maneras este objeto del agua; representando la descrita historia de desastres naturales debido al agua: en la educación histórica en Holanda alumnos aprenden sobre esta historia y en la

práctica cotidiana sigue presente una relación íntima con el agua: los bebés aprenden a nadar a partir de los cuatro meses de edad, el nadar es una actividad social importante en la niñez y adolescencia y sigue siendo frecuentemente practicada por los adultos. Las inundaciones que ocurren hoy en día, aunque nunca graves, reciben una amplia cobertura en los medios de comunicación. Es por compartir esta relación histórica con el agua (el contexto social, cultural e histórico) y el aprender hoy en día sobre dicha historia (el contexto comunicativo) y por el compartir las maneras en que sigue viva esta relación en las prácticas cotidianas de los holandeses (el contexto pragmático) que se puede esperar que la gente holandés y la gente que han vivido mucho tiempo en Holanda comparta una representación social del agua que no está compartida con otras personas, que aunque quizás comparten muchas otras características, no comparten esta relación contextual determinada con el objeto del agua (relación con el objeto de estudio). En adición, este grupo no es un grupo absoluto: podría caracterizarse por una distribución distinta respecto a, por ejemplo, el objeto de *la vida después de la muerte* en el caso de que el grupo sea católico o protestante.

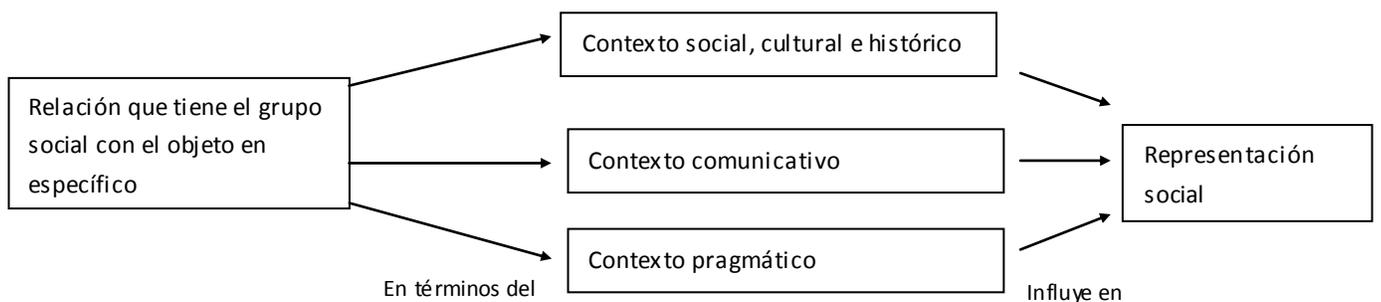


Figura 3.2 *Una definición del sujeto de estudio de acuerdo de con la teoría de las representaciones sociales.*

Con base en la argumentación de arriba se arguye que la inclusión de individuos en el estudio de las representaciones sociales no depende, en primer lugar, de las características socio-demográficas tradicionalmente ocupadas en las investigaciones científicas sociales (ver figura 3.2) y que tienen sus raíces en las

investigaciones sobre los efectos de los cambios en el mercado laboral después de la revolución industrial (*e.g.* clase socio-económico, sexo, nivel de educación); es posible que estos criterios sirvan para la definición de grupos, pero únicamente cuando influyen en el contexto social, cultural, histórico, comunicativo y pragmático respecto al objeto de estudio.



Figura 3.3 *Una definición del sujeto de estudio en la perspectiva tradición socio-psicológica*

Es difícil determinar de antemano la manera en que se distribuyen los contextos sociales, culturales, históricos, comunicativos y pragmáticos respecto al objeto de estudio y por tanto, es difícil definir, de antemano, los grupos sociales. Dicho de otra manera: teóricamente el compartir una representación social precede la definición del grupo (un grupo es un grupo porque comparte una representación social; el compartir una representación social “causa” su definición como grupo social). Por lo tanto, se tendría que, en un mundo ideal, investigar y mapear las representaciones sociales en toda la población del mundo para después poder argumentar donde y porque la representación social X de objeto A ha cambiado tanto que no podemos considerar que todavía es representación X de objeto A, pero que en este contexto ha cambiado a representación Y de objeto A. Prácticamente, esta estrategia no es factible y esto requiere a que los investigadores de las representaciones sociales definan, de antemano, las fronteras entre los grupos respecto a las representaciones sociales. Es decir, porque la investigadora espera que un grupo A, por las características de su contexto social, cultural, histórico, comunicativo y pragmático respecto al objeto de estudio, espere que este grupo tenga otra representación social que el grupo B, la investigadora toma la decisión de investigar las representaciones sociales dentro de estos grupos en específico. Esta elección, sin embargo, siempre depende de la investigadora. Y de esta manera, las representaciones sociales que salen como resultado del estudio, también dependen de esta elección de la investigadora; si habría hecho otra elección respecto a las fronteras entre los grupos sociales habría encontrado otra representación social.

3.3^a Los grupos sociales en el estudio actual

En el estudio actual se explora el conocimiento común acerca de la alimentación natural desde la teoría de las representaciones sociales y en dos grupos sociales: 1) consumidores, vendedores y/o productores de alimentos naturales dentro de un contexto rural que son nativos de este contexto y 2) consumidores, vendedores y/o productores de alimentos naturales dentro de un contexto urbano que son nativos de este contexto.

El escenario correspondiente al contexto rural son las localidades rurales alrededor del municipio de Tepoztlán, Morelos y el escenario correspondiente al contexto urbano son las colonias urbanas de Polanco, Bosques de las Lomas y Lomas de Chapultepec en el Distrito Federal. A continuación se dará una descripción general de los escenarios de los grupos sociales de estudio para después explicar el porqué de esta demarcación de los grupos sociales con base en su relación con el objeto de estudio en términos de su contexto social, cultural e histórico, comunicativo y pragmático. La tabla 3.1 resume las diferencias entre los grupos de estudio en términos de su contexto social de conocimiento. Dentro de los dos grupos sociales participaron personas que tienen las siguientes dos características: que son nativos de su contexto y que son consumidores, vendedores y/o productores de alimentos naturales. Dos argumentos están detrás de estos criterios de inclusión: de acuerdo con la teoría de las representaciones se considera que es más probable que comparten una representación estas personas que comparten una larga historia dentro de un contexto social y cultural local (nativos). En adición, con base en la teoría de las representaciones sociales, se considera que para poder asumir que están en un proceso de representación, los grupos deben tener experiencias concretas con el objeto de investigación y el objeto tiene que tener relevancia para el grupo (consumidores, vendedores y productores).

El escenario rural

El municipio de Tepoztlán se encuentra en el norte del estado de Morelos, a 70 kilómetros del Distrito Federal y consiste en un pueblo cabecera que tiene a su alrededor varias localidades, de las cuales Santiago de Tepetlapa, Amatalán de Quetzalcóatl, Santo Domingo de Ocotitlán, San Juan Tlacotenco y San Andrés de la Cal son las más grandes y conocidas. En 2010 el municipio contaba con 41.629 habitantes

de los cuales 14.130 habitaban la cabecera del pueblo, y es por este número de habitantes que tiene el estatus de una zona urbana. Los otros 27.499 habitantes del conteo de 2010 estaban divididos sobre las localidades que son eminentemente rurales y agrícolas (INEGI, 2010).

Por la cercanía de varios cerros que pertenecen a la Sierra de Chichinautzin, las favorables condiciones climáticas, la riqueza de las tierras de Morelos y por ser lugar de tránsito entre la cuenca de México y estas tierras Morelenses, la población de Tepoztlán ha estado sujeta a una multiplicidad de intercambios entre diversos grupos políticos y culturales desde hace más de 400 años. En adición a su estatus como lugar de tránsito y puerto hacia la riqueza, se ha considerado al pueblo, desde hace tiempos antiguos, un santuario en donde confluían peregrinos de lejanas tierras, pobladores sabios y conocedores de las artes mágicas (Corona-Caraveo & Pérez y Zavala, 1999).

Varios autores (*e.g.* Lomnitz-Adler, 1982; Lewis, 1951; Redfield, 1930) han descrito la manera en que su estatus particular como lugar de tránsito y santuario ha influido en la vida y en la cultura en Tepoztlán. Estos autores convergen en la observación de que a pesar de las influencias de afuera –o gracias a estas influencias– se ha desarrollado en Tepoztlán una fuerte tradición de resistencia y una lucha constante por mantener vivas ante el embate de los proyectos modernizadores su identidad cultural arraigada en una cosmovisión mesoamericana y sus recursos naturales abundantes (Pérez y Zavala, 2002; Corona-Caraveo & Pérez y Zavala, 1999). Un ejemplo reciente de resistencia colectiva y exitosa en contra de intereses forráneos (de modernización/desarrollo económico) fue la resistencia a la propuesta construcción de un club de golf en el año 1994. En este caso Pérez y Zavala (2002, p. 65) observó que “todas la participaciones políticas siempre estaban relacionados con leyendas locales, rituales comunitarios y abanderados por contenidos míticos-religiosos”. Esta vinculación entre la cultura actual (de resistencia) y los exponentes de la cultura original Xochimilca (las leyendas, los rituales) se ha descrito en varias otras ocasiones (ver: Corona-Caraveo & Pérez y Zavala, 1999) y se podría entender que así su historia de contactos culturales y políticos en combinación con su historia Xochimilca, se han convertido en la actual cultura de resistencia que caracteriza a Tepoztlán.

Un ejemplo concreto de las leyendas a que refiere Pérez y que tienen su lugar en la cultura de resistencia de Tepoztlán, es una de las leyendas acerca del héroe y figura mítica *El Tepozteco*, que adopta por lo menos cuatro diferentes papeles a través de la historia que no se excluyen entre sí (es decir, el Tepozteco puede ser al mismo tiempo un hombre-dios, el viento y/o el cerro) y que todos se arraigan en el paisaje de cerros y cañadas propios del lugar (Brotherson, 1995). En uno de sus papeles, el

Tepozteco es un hombre que sale de Tepoztlán para trabajar en México-Tenochtitlán y convertirse al catolicismo. Antes de irse, y por un trabajo que hizo, colocando la campana de una catedral ayudado por el viento, le pagaron con tres cajas con la instrucción de no abrirlas. Después de un tiempo, sin embargo, la curiosidad le vence y al abrir las cajas, escapan las aves que estaban adentro, símbolos de la riqueza y el bienestar del pueblo (Corona-Caraveo & Pérez y Zavala, 1999). Este papel del Tepozteco ha sido interpretado como el destino del pueblo: los abundantes recursos del lugar están destinados siempre a perderse; incluso los “recursos humanos” que salen a trabajar a otros lugares. Esta leyenda conlleva un mensaje al pueblo de Tepoztlán; estimulándolo a proteger sus recursos locales. Es claro como en esta leyenda se mezclan las referencias de la naturaleza, la cosmovisión mesoamericana y los desafíos pragmáticos de la población de Tepoztlán en términos de la continua amenaza de invasión foránea y como esta mezcla ha podido dar lugar a la cultura actual de resistencia y una cultura que enfatiza la integración social.

Las leyendas sobre El Tepozteco también muestran una estrecha vinculación con elementos naturales como las lagunas, el viento y los cerros; vinculación que también se ha observado en la vida cotidiana del pueblo de Tepoztlán (Corona-Caraveo & Pérez y Zavala, 1999): El Tepozteco nace después de que una virgen tepozteca se bañó en una laguna en el cerro y se embarazó del viento. El Tepozteco, en el discurso de la población de Tepoztlán es al mismo tiempo un hombre-dios, el viento y el cerro; la población interpreta el paso de un viento fuerte por el pueblo como el enojo de El Tepozteco. Respecto al papel que juega el cerro del Tepozteco en la vida del pueblo, se ha argumentado que constituye un eje central en ella; que el cerro del Tepozteco es un paisaje natural que es convertido, a su vez en un paisaje cultural y un paisaje ritual. Ejemplo de esto es el ritual de Ascensión a la montaña la noche del 7 a 8 de Septiembre; inicio de la celebración anual de El Tepozteco. La reunión en el cerro puede durar hasta la salida del sol del día 8 de Septiembre y en además de compartir alimentos (tamales, tacos, itacates) y bebidas (atole, tequila) se toca música, cuentan leyendas e historias y elaboran una ofrenda con figuras hechas de flores, maíz y frijol (Corona-Caraveo & Pérez y Zavala, 1999). También se ha comentado acerca del entendimiento que tiene la población de Tepoztlán de la naturaleza no como recursos de explotación para el hombre, sino como algo vivo que demanda para los individuos y los grupos una forma armoniosa y equilibrada de relación que se puede lograr mediante ceremonias y ritos muy elaborados (Corona-Caraveo & Pérez y Zavala, 1999).

La manera en que el pueblo actualmente se resiste contra los planes del gobierno local de ampliar la autopista que conecta Tepoztlán con el Distrito Federal, también muestra la relación del pueblo con la naturaleza y su oposición al

consumismo y neoliberalismo: En uno de los muchos murales que se ha creado como parte de esta resistencia se muestra el presidente municipal caminando sobre una carretera de asfalto, cargando una cerveza y bolsas de almacenes conocidos, simbolizando la cultura del consumismo. El Presidente municipal camina hacia la figura de El Tepozteco que está representado en una escala mucho más grande que el Presidente municipal y que tiene su brazo levantado. El Presidente municipal camina sobre el trasfondo de los cerros abundantes de riqueza “natural” que se contraponen con la riqueza “neoliberal” que carga él en sus bolsas de plástico.

Respecto de la contradicción entre la valoración de los recursos tradicionales, culturales y naturales de Tepoztlán de un lado y los intentos de modernización del otro lado (*e.g.* la propuesta construcción del club de golf y la propuesta ampliación), Pérez y Zavala (2002) ha descrito la manera en que los niños de Tepoztlán desarrollan una identidad política. Se argumenta que en zonas urbanas la formación política se establece a través de la distribución de mucha información de una vez en las escuelas, y que al mismo tiempo, se encuentra detenida por la gran exposición a los medios masivos de comunicación que, generalmente, no tienen un interés en la educación política de su público, sino, tiene como un efecto principal la reafirmación de los valores del neoliberalismo, individualismo y consumismo. En Tepoztlán, Pérez y Zavala observan que la exposición a los medios masivos de comunicación es escasa y que los niños reciben una formación política y cultural a través de su participación en casi todas las actividades de resistencia y en todos los rituales, ceremonias y fiestas que toman lugar. El autor arguye que es a través de esta participación en las actividades que frecuentemente tienen un carácter político, que los niños desarrollan su propia identidad política.

Como se mencionó arriba, las localidades rurales alrededor de Tepoztlán son lugares agrícolas en donde la actividad económica más importante es la agricultura y ganadería que tiene gran importancia para el consumo del municipio. En adición a esto, otras actividades económicas importantes son la industria (alfarería) y el turismo. Este último ha recibido un empuje grande después de que Tepoztlán fue nombrado, en 2002, Pueblo Mágico por la Secretaría de Turismo (SECTUR). Los pueblos mágicos son una iniciativa de esta secretaría para promover una serie de pueblos en la república Mexicana que ofrecen a sus visitantes una experiencia “mágica” por su belleza natural, su riqueza cultural o por su relevancia histórica (SECTUR, 2012).

Es debido a su estatus como Pueblo Mágico, así como también por su estatus continuo como refugio espiritual que Tepoztlán se caracteriza por una alta tasa de inmigración. Esta migración se podría dividir en tres tipos: En primer lugar llegan

muchos mexicanos de otras partes de la república para trabajar en las tierras de Tepoztlán, en segundo lugar, Tepoztlán, por su carácter como santuario y lugar de sabiduría y artes mágicos, ha atraído inmigrantes mexicanos y extranjeros que buscan vivir en un lugar con energía positiva, oportunidades para practicar la creatividad y para vivir sanamente en términos espirituales y físicos. En tercer lugar, y más recientemente, Tepoztlán ha atraído inmigrantes principalmente extranjeros, pero también mexicanos, con extensos recursos económicos que han construido casas grandes en el Valle de Atongo, al noreste de la cabecera del municipio.

Se podría seguir las líneas que separan los grupos de inmigrantes (e incluir los nativos de Tepoztlán) y establecer una división del mercado alimentario local en tres segmentos: Los nativos y los inmigrantes agrícolas hacen uso de, principalmente, el mercado municipal en la plaza del pueblo, en donde se venden productos locales hechos por campesinos locales y vendidos por sus familias, pero también productos provenientes del estado vecino de Puebla o de la Central de Abastos del Distrito Federal (y entonces productos provenientes de todos los estados de la república y del extranjero). Además, este grupo hace uso de puestos de tacos y otros alimentos en las calles del pueblo y del mini-súper El Súper-Tepoz. El grupo de los inmigrantes “espirituales” han traído sus propias costumbres alimenticias y establecieron un mercado de alimentación “alternativa” como panaderías integrales y orgánicas, tiendas de comida orgánica, puestos, tiendas y restaurantes con alternativas vegetarianas para la comida tradicional mexicana, y un mercado de comida (orgánica) local. El último grupo de inmigrantes económicamente influyentes también hacen uso de este mercado alternativo/sano y además hacen uso de los restaurantes exclusivos de alta cocina que han llegado recientemente a Tepoztlán y que a su vez atraen visitantes del Distrito Federal.

El escenario urbano

Las colonias Polanco, Bosques de las Lomas y Lomas de Chapultepec pertenecen a la delegación política Miguel Hidalgo, que, en el 2010, contó con 372.889 habitantes, siendo 4.2% de la población total del Distrito Federal de aquel entonces (INEGI, 2010). En adición a estas colonias modernas, la delegación está dividida en los asentamientos prehispánicos de Tacuba, Tacubaya y Chapultepec y varias colonias populares. La delegación Miguel Hidalgo es una de las 16 delegaciones políticas de la Ciudad de México y se encuentra en el noreste de ésta. Es la delegación más importante del Distrito Federal en términos del tamaño de su economía, contribuyendo 22.6% al

Producto Interno Bruto (PIB) del Distrito Federal en 2009 (Delegación Miguel Hidalgo, 2012). La población de la delegación Miguel Hidalgo en general y de las colonias Polanco, Bosques de las Lomas y Lomas de Chapultepec en específico, está entre las más fluyentes económicamente de México; las remuneraciones promedio por trabajadores se encuentran mucho más arriba del promedio mexicano y, dentro del distrito federal, 1 de cada 4 pesos pagados a personal está dirigido a trabajadores dentro de la delegación Miguel Hidalgo. Los empleadores en la delegación son bastante más grandes que en el resto del Distrito Federal; mientras que en el Distrito Federal en su totalidad los empleadores contratan a un promedio de 9 trabajadores, en la delegación Miguel Hidalgo este promedio es de 22; indicando la presencia de empresas grandes en la delegación (Delegación Miguel Hidalgo, 2012).

Los asentamientos prehispánicos de Tacuba, Tacubaya y Chapultepec que forman los alrededores de las actuales colonias de Polanco, Bosques de Lomas y Lomas de Chapultepec se encontraron limitados con la capital económica, política y cultural de los tiempos antes de la conquista, México-Tenochtitlán. Por sus tierras fértiles y sus aguas limpias, se convirtieron en importantes proveedores de agua y abasto para esta ciudad mexicana. El bosque de Chapultepec fue el principal proveedor de agua para México-Tenochtitlán y emperadores mexicanos construyeron estanques para criar peces, enriquecieron la flora del bosque con plantas de toda Mesoamérica e introdujeron especies de animales de tierras lejanas y el emperador Nezahualcóyotl mandó a construir un palacio en este bosque de Chapultepec (Delegación Miguel Hidalgo, 2012); todos los ejemplos de situaciones y acontecimientos prehispánicos muestran que la actual delegación de Miguel Hidalgo fue considerada como un lugar de riqueza (internacional) y un lugar en donde personas de altos recursos se instalaron.

Después de la conquista, mantenía esta característica: Los conquistadores mandaron la destrucción del palacio de Nezahualcóyotl y se construyó, en su lugar, el actual Castillo de Chapultepec que sirvió como casa de verano para el virrey español. En el terreno de la actual delegación se introdujeron árboles frutales europeos como el de olivo, de ciruelo y de naranjo, que florecieron gracias a la tierra fértil y las aguas puras de los ríos propios al lugar. Así mismo, se empezó a sembrar trigo y a construir molinos, provenientes de Europa y típica de su tradición alimenticia y agrícola. En Tacubaya se construyó una escuela agrícola congruente con la tradición europea, la cual permaneció abierta hasta que empezó a escasearse el agua y las tierras se empezaron a arrendar, a fraccionar y vender. Antes a ello, la actual delegación de Miguel Hidalgo se estableció como lugar de haciendas y casas de descanso de gente acomodada que se sentía atraída por su buen clima y la belleza de sus huertas (Delegación Miguel Hidalgo, 2012). Algunas de estas casas se han conservado hasta

estos días y tienen una función como sitio de interés turístico; manifestando la antigua característica de la actual delegación como refugio de la gente acomodada (Bustamante Harfush, 2012). En adición a su característica como lugar de fertilidad, de agua limpia y de refugio para la gente acomodada, la actual delegación Miguel Hidalgo fue en aquel entonces, uno de los primeros lugares en que se llevó a cabo la catequización (Delegación Miguel Hidalgo, 2012).

En los tiempos después de la independencia, la actual delegación se caracterizó sobre todo por su cercanía al Castillo Chapultepec, que en esos tiempos, funcionó como sede del colegio militar y en donde tomaron lugar varios eventos políticos y de guerra importantes en la historia mexicana como la invasión del ejército de Estados Unidos en 1847 y la invasión francesa en 1864 y la consecuente ocupación del Castillo por parte del emperador francés. Después de la ocupación francesa, gobernantes mexicanos siguieron ocupando el Castillo como su residencia oficial hasta que se convirtió en museo nacional de la historia en 1944 (Delegación Miguel Hidalgo, 2012).

A principio del siglo XX la Ciudad de México alcanzaba a los pueblos de la actual delegación y las huertas se reemplazaron por cemento. Llegaron los tranvías y el ferrocarril y, en los años 30s se da el crecimiento acelerado de la industria y el comercio que hasta estos días caracterizan a la delegación. En los años 40s, inversionistas tomaron la iniciativa para la urbanización de la colonia Polanco. De los inmuebles que construyeron, 380 están catalogados como inmuebles con valor arquitectónico relevante por la Dirección de Sitios Patrimoniales y Monumentos (DSPM) y la Secretaria de Desarrollo Urbano y Vivienda (Seduvi) del Distrito Federal y organizaciones civiles han destacado como tal, a 200 inmuebles más (Bustamante-Harfush, 2012). La delegación es sede de los principales hoteles de cinco estrellas como *Presidente Intercontinental*, *Marriot* y *Nikko* y así es el principal receptor de visitantes de negocio en la Ciudad. La delegación se promueve como proveedor importante de actividades e instalaciones culturales como el Auditoria Nacional, y varios teatros y galerías e instalaciones para la cultura popular y también se auto-identifica como el centro comercial más importante de la Ciudad de México: acomoda al moderno corredor *Presidente Masarik* que comúnmente se conoce como la Quinta Avenida (*Fifth Avenue*; la avenida nuevayorquina que aloja las tiendas más exclusivas de esta ciudad) de la Ciudad de México y además aloja a centros comerciales exclusivos y lujosos como el centro comercial *Antara*.

En términos de la alimentación, supermercados lujosos (*e.g.* Superama) tienen su presencia en la delegación, debido a la inmigración de varios grupos étnicos (*e.g.* judíos) se han establecido varias tiendas y restaurantes de comida étnica y para acomodar los numerosos trabajadores que pasan sus días laborales en la delegación,

la delegación tiene una gran variedad de restaurantes, algunos de ellos los más exclusivos de la alta cocina en México. Con la creciente preocupación (internacional) sobre los efectos que tiene la alimentación en la salud (ver introducción), se han establecido, además, tiendas de comida sana, orgánica y/o natural.

La historia de la delegación Miguel Hidalgo, y así la historia de las colonias Polanco, Bosques de las Lomas y Lomas de Chapultepec, muestra claramente su posición histórica acerca del poder político, muestra las influencias que ha tenido esta cercanía en términos de haberse desarrollado como un lugar que aloja gente acomodada y como un lugar que ha conocido una rápida introducción de las influencias alimenticias europeas (*e.g.* la siembra del trigo, de árboles frutales, la construcción de molinos europeos) y de la religión de los conquistadores. Además es un lugar de desarrollo económico rápido y un lugar en donde las empresas grandes (internacionales) y el consumismo se establecieron rápidamente.

Comparando los contextos urbano y rural del estudio actual, se llega a la conclusión que el contexto urbano ha sido a través de una larga historia, cercano al poder político, mientras que el contexto rural siempre se ha opuesto fuertemente contra este poder político central en ambos tiempos pre y post-hispánicos. A través de su historia, Miguel Hidalgo ha abrazado las influencias culturales y económicas internacionales y así ha abrazado y se podría decir se ha vuelto símbolo del neoliberalismo y el correspondiente individualismo y consumismo. Tepoztlán se opone colectivamente en contra de la introducción del neoliberalismo y tiende a luchar por la perseverancia de su identidad tradicional indígena. Podría esperarse que la presencia del neoliberalismo, individualismo y el consumismo de un lado y de las tradiciones y valores comunitarios indígenas de otro lado puedan servir como guiones de la alimentación en sus propios contextos. Con base en la descripción de los escenarios dados arriba, se da, en la tabla 3.1, una vista general de algunas maneras relevantes en que se distinguen los grupos de estudio en términos de su contexto social, cultural e histórico, comunicativo y pragmático respecto a la alimentación (natural).

	Contexto social, cultural, histórico, comunicativo y pragmático
Grupo rural	<ol style="list-style-type: none"> 1. Una larga historia de intentos, impuestos desde afuera, de modernizar el pueblo 2. Una cultura de resistencia a la modernización 3. Una prominencia de leyendas, mitos y rituales en el discurso sobre la cultura local 4. La lucha por tradiciones y valores comunitarios indígenas 5. La estrecha vinculación entre su identidad cultural, su vida cotidiana y la naturaleza 6. La agricultura (tradicional) y producción de alimentos como actividad económica principal 7. Un papel central de y una alta participación en los rituales y ceremonias culturales y los correspondientes hábitos alimenticios 8. La presencia de “tres mercados alimenticios” (tradicional, “alternativa” y exclusiva) 9. Recursos económicos relativamente escasos
Grupo urbano	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cercanía al centro de poder político 2. Una larga historia de influencias de otras culturas 3. (Símbolo del) neoliberalismo, individualismo y consumismo 4. Pérdida de la característica antigua como tierra fértil de alta producción de alimentos, proveedor de agua pura y lugar de belleza natural; substituido por urbanización e industrialización 5. Auto-reconocimiento como lugar de modernización, desarrollo económico e intercambio cultural 6. Discurso moderno científico (sobre la alimentación) 7. Pocos recursos naturales y necesidad de importación 8. Un mercado culturalmente diverso, tiendas y supermercados exclusivos, restaurantes exclusivos y tiendas de comida saludable, orgánica y/o natural 9. Recursos económicos

Tabla 3.1 *Algunas manera en que se distinguen los grupos sociales de estudio en términos de su contexto social, cultural e histórico, comunicativo y pragmático.*

3.3b Los informantes del estudio actual

Se reclutó a los informantes del estudio a través de sujetos claves y pidiendo la participación de personas que hicieron compras en lugares de comida natural.

Los informantes rurales que participaron en la asociación de palabras (ver sección 4.4) eran 49 personas que se auto-identificaron como consumidores de alimentos naturales. Se les pidió participar en el estudio después de que hicieran compras en uno de los lugares de comida natural: en uno de los puestos callejeros que vende productos naturales hechos en casa, en una de las tres tiendas pequeñas que vende productos naturales o en la casa de vendedores de productos naturales. Todos los informantes eran adultos (mayores de 18 años), 37 eran mujeres y 12 hombres. Antes de hacer la asociación de palabras se les preguntó 1) si ellos se consideran consumidores de alimentos naturales, 2) si frecuentemente compran alimentos en lugares de venta de productos naturales y 3) si consideran importante la naturalidad de sus alimentos. En el caso que respondieren afirmativamente a estas tres preguntas y en adición indicaran que eran nativos del contexto de estudio se les pidió llenar la asociación de palabras.

Los informantes urbanos de la asociación de palabras eran 50 personas que se auto-identificaron como consumidores de alimentos naturales. Se les pidió participar en el estudio después de que hicieron compras o después haber comido en una de dos tiendas/restaurantes de comida natural en su contexto. Se usó los mismos criterios de inclusión que en el contexto rural y se aplicó la misma estrategia de verificación de éstos. Los informantes eran adultos (mayores a 18 años), 36 eran mujeres y 14 hombres.

Los tres informantes rurales que participaron en las entrevistas exploratorias (ver sección 4.4) eran vendedores de alimentos naturales en uno de los lugares de venta de alimentos naturales en la cabecera de su pueblo o vendieron alimentos naturales desde su casa. Dos informantes eran mujeres (48 y 51 años), un informante era hombre (43 años). Se auto-identificaron como vendedores de alimentos naturales y pertenecieron al contexto rural de estudio (verificación verbal).

Los informantes urbanos de las entrevistas exploratorias eran vendedores en tres tiendas de comida natural. Se auto-identificaron como vendedores de alimentos

naturales y pertenecieron al contexto urbano de estudio (confirmación verbal). Dos eran mujeres (37 y 53 años), uno era hombre (40 años).

Los informantes rurales de las entrevistas semi-estructuradas a profundidad (ver sección 4.4) eran productores de alimentos naturales. Un informante era un hombre de 47 años que produce productos lácteos, carne, verduras y maíz. Otra informante era una mujer de 61 años que produce productos de soya (*e.g.* hamburguesas, leche), verduras de su huerto casero y comidas simples hechas en casa. La última informante de las entrevistas semi-estructuradas a la profundidad era una mujer de 43 años que produce miel y elabora otros productos basados en ella.

Los informantes urbanos de las entrevistas semi-estructuradas a profundidad eran propietarios (o un miembro del consejo de administración) de tiendas/restaurantes de comida natural. Debido al grado de urbanización era difícil encontrar productores de alimentos que pertenecieran a este contexto. El primer informante era un hombre de 58 años que tiene una tienda y un restaurante de alimentos naturales que se enfoca sobre todo en los productos no procesados (*e.g.* granos enteros) y productos no-alimentarios como los suplementos. La segunda informante de las entrevistas semi-estructuradas a profundidad era una mujer de 54 años propietaria de una tienda y restaurante de alimentos naturales que se enfoca sobre todo en estos productos que llevan la etiqueta “orgánico”. La tercera informante era una mujer de 37 años que es miembro del consejo de administración de las tiendas de cadena *The Green Corner*.

A lo largo del proceso de investigación se tuvo conversaciones informales con clientes de las tiendas de comida natural y con gente en la calle que no necesariamente se vincularon con el estilo dietético bajo investigación pero que expresaron opiniones relevantes respecto del objeto de estudio. Algunas de estas conversaciones fueron transcritas como notas de campo. No se registró características de estos informantes informales.

3.4 Los métodos en el estudio actual

Con el objetivo de explorar cómo dependiendo de su contexto, los grupos sociales de estudio desarrollan una representación social de la alimentación natural, otorgándole significado desde su propio lugar y con el objetivo de explorar cómo es su conocimiento del sentido común respecto a la alimentación, se lleva a cabo una asociación de palabras y una etnografía motivada. Esta última abarca entrevistas exploratorias, entrevistas semi-estructuradas a profundidad, observación participante, una revisión de literatura y fotografía.

La asociación de palabras

Se empezó la aplicación de los métodos con la técnica de la asociación de palabras (Abric, 1994/2001). Esta técnica consiste en presentar a los participantes un término inductor (“la alimentación natural”) y pedirles anotar todo lo que les viene a la mente pensando en este inductor. El conjunto de palabras que así se recoge se entiende como los referentes culturales específicos de cada grupo social que otorgan sentido al concepto de la alimentación natural. Los referentes puedan describir cogniciones, afectos, metáforas, imágenes, comportamientos, etcétera, relevantes para entender que es la alimentación natural y en conjunto formarán un indicador de las lógicas que orientan las distintas interpretaciones que hacen los grupos sociales –dentro de su contexto- del fenómeno de la alimentación natural (Flores-Palacios & Díaz-Cervantes, 2000). Con la afirmación “dentro de su contexto” se refiere a que, de acuerdo con la teoría de las representaciones sociales, se espere que los referentes y las lógicas a las cuales recurrirán los grupos sociales serán distintas dependiendo de sus contextos sociales, culturales e históricos, comunicativos y pragmáticos y así dependiendo del conocimiento que caracteriza sus contextos.

Debido al carácter espontáneo –menos controlado- de la asociación libre¹⁰ y debido a su dimensión proyectiva, debería permitir tener acceso a los elementos implícitos o latentes del conocimiento; elementos que serían ahogados o enmascarados en producciones discursivas como las entrevistas (Abric, 1994/2001).

¹⁰ Los términos “asociación de palabras” y “asociación libre” se usa como intercambiables.

En la interpretación del conjunto de los referentes culturales que se han recogido a través de una asociación libre generalmente –aunque en este estudio el objetivo que se tiene con la asociación de palabras es distinto - se distingue entre los elementos centrales de la representación social y los elementos periféricos. En el núcleo central se encuentran los elementos más estables, menos cambiables de la representación, los cuales, generalmente son compartidos por todos los miembros de un grupo social y posiblemente a través de diferentes grupos sociales (e.g. perteneciente a un discurso nacional o internacional de prensa o de líderes de opinión) y que son esenciales para estructurar las representaciones sociales de un objeto dado. En la periferia se encuentran elementos más cambiables que varían dentro de diferentes subgrupos o que cambian de acuerdo con tendencias actuales y sociales (Abric, 1994/2001; Moscovici, 2001; Huotulainen, 2005). En su estudio de las representaciones sociales de la alimentación sana por ejemplo, Parales-Quenza (2006) encontró que distintos grupos socio-económicos en Colombia comparten una persistencia de los elementos centrales *frutas, vegetales y ensaladas*, lo cual según el autor indica una tendencia cultural alimentaria que trasciende la historia y las expectativas de los grupos que participaron en el estudio. Además encontró diferencias entre subgrupos socio-económicos; los no profesionales en su estudio se orientaron hacia las experiencias concretas de la alimentación cotidiana y los platos locales, mientras que los profesionales estructuraron sus experiencias en un rango que incluyó desde las prescripciones hasta el comer saludablemente como una experiencia agradable. Los elementos que distinguen los subgrupos se encuentran en la periferia de la representación social que surgió del estudio de Parales-Quenza. La determinación del núcleo central y la periférica de la representación social generalmente se hace a través de la calculación de la frecuencia y el rango (su posición en el orden en que se evoca las palabras) de las palabras y se considera como pertenecientes al núcleo central, las palabras con una frecuencia alta y un rango bajo (evocación rápida) y como pertenecientes a la periferia, las palabras que tienen una frecuencia baja y un rango alto. En algunas ocasiones se aplica un segundo estudio (cuestionario) para comprobar la determinación del núcleo central y la periferia que estableció el investigador (¿es esta palabra de central importancia para [el objeto de estudio]?).

En adición a la determinación del núcleo central y la periferia de la representación social, otra interpretación que se hace de las palabras recogidas a través de la asociación, es la interpretación de su significado. Se podría decir que después de la recolección de los datos de la asociación libre sabemos a cuales términos los grupos sociales refieren para describir el fenómeno de la alimentación

natural, pero debido a la falta de contexto semántico todavía no sabemos las significaciones que tienen estos elementos para la alimentación natural. La presencia de una misma palabra puede tener significados muy diversos en distintos grupos sociales. Si un participante responde con el término “la modernidad”, por ejemplo; ¿Qué significa esta asociación?: ¿Qué una alimentación natural es una forma de alimentación moderna, qué utiliza las tecnologías modernas e innovadoras para producir alimentos sanos? O ¿qué una alimentación natural es contraria a la modernidad? En el estudio de Parales-Quenza (2006) citado arriba, aparecieron elementos contrarios a muchos elementos centrales de la representación social: Lo placentero, por ejemplo, en primera instancia no parece ser un componente de la experiencia de comer sano, la cual, generalmente surgió como una cuestión de restricción. Y la carne y los lácteos generalmente surgieron como elementos problemáticos dentro de una dieta sana. La aparición de estas nociones en la asociación libre muestra lo que Le Boudec (1984)¹¹ ha definido como las tres formas de asociación: En una asociación pueden aparecer elementos que se asocia con el inductor por 1) similitud, por 2) contraste o por 3) contigüidad. Para poder entender el sentido de los elementos asociados con el inductor se necesita análisis más profundo de los datos y otros métodos de investigación. Ejemplos de análisis adicionales son la categorización de las palabras surgidas de la asociación o un análisis de correspondencia (computarizado) en el cual las dimensiones que surgen del análisis agrupan palabras con base en su concurrencia en las respuestas individuales de las participantes; las palabras que están asociadas una con otra en las respuestas de muchas participantes individuales estarán más cerca que las palabras que menos se asocian una con la otra en las respuestas individuales.

La interpretación de los datos de la asociación de palabras que se va a hacer en este estudio va más en la última dirección; interpretando su significado –más que su estructura- relacionándolo con los datos de la etnografía motivada.

La etnografía motivada

La etnografía es comúnmente entendida como un conjunto de métodos para la exploración de conocimiento y sistemas de significación que guían la vida de una comunidad. Aunque comúnmente entendido como un conjunto de métodos, la etnografía es más que esto: tiene propiedades ontológicas y epistemológicas y entre

¹¹ retomando a Aristóteles

las orientaciones ontológicas en que se funda la etnografía, se encuentra el punto de vista de que las culturas y los grupos sociales construyen múltiples realidades que son locales, complejas, multidimensionales, y continuamente cambiables (Whitehead, 2004).

Epistemológicamente, para captar y entender dichas realidades, el trabajo etnográfico tradicionalmente no empieza con hipótesis predeterminadas para comprobar o falsificar estas hipótesis como hechos sociales, sino empieza con exploraciones abiertas para aprender lo más que se pueda sobre estas realidades (Whitehead, 2004). La etnografía es un acercamiento holístico al estudio del conocimiento cultural y social en el cual se estudia individuos y grupos dentro de su contexto de familia, hogar, redes sociales, comunidades, sociedades e historias individuales y grupales. La colección e interpretación de los datos recogidos a través de la etnografía se puede llevar a cabo desde una perspectiva émica (emic) y una perspectiva ética (etic). En la primera, se pretende entender los componentes de una cultura desde la perspectiva de esta cultura misma o este grupo mismo. En la última perspectiva (ética) se analizan los componentes culturales o sociales desde los paradigmas de investigación que trae la investigadora (*e.g.* qué dice la literatura científica y periodística sobre el fenómeno de la alimentación natural y que tanto está de acuerdo con lo que dicen los grupos sociales). A través de esta manera holística, émica y ética de interpretación se pretende explorar las raíces estructurales de la condición en que se encuentra el grupo (i.e. el conocimiento alimentario que tiene). Con esto, la etnografía se contrapone a las perspectivas de la agencia individual (*e.g.* la perspectiva socio-cognitiva) que tienden a partir de la premisa de que exista una sola verdad sobre el mundo que puede ser entendido de manera correcta o incorrecta. Por lo tanto, la etnografía coincide con las características teóricas de las representaciones sociales que describen el proceso de conocimiento común como uno que trasciende la dicotomía entre lo objetivo y lo subjetivo, y entre lo individual y lo social (ver arriba).

Los métodos clásicos que se han ocupado dentro de la etnografía son el trabajo de campo, el vivir en las comunidades estudiadas, observación de actividades de interés, tomar notas de campo y registrar observaciones, observación participante, varias formas de entrevistas etnográficas, censos de familias, genealogía de familias, examinar redes sociales, fotografía y otros métodos audio-visuales (Whitehead, 2004).

En el sentido tradicional de la etnografía, como se ha descrito arriba, el objeto de estudio es una cultura en su totalidad; su organización social y sistemas culturales

que se exploran a través de las categorías interpretativas que surgen en el transcurso del análisis reflexivo sobre los datos recolectados durante el trabajo de campo (Geertz, 1973); en el sentido tradicional de la etnografía se empieza la exploración cultura, entonces sin ideas o intereses específicos sobre que estudiar o que elementos describir de una cultura (Duveen & Lloyd, 1993). En el estudio actual, se utiliza una interpretación distinta de la etnografía y se aplica para analizar un aspecto específico de las comunidades bajo estudio; en este caso el proceso de conocimiento local acerca de la alimentación. De acuerdo con Duveen & Lloyd (1993), se utiliza el término de *la etnografía motivada* para distinguir este uso de la etnografía tradicional.

Los métodos etnográficos que se lleva a cabo en este estudio son 1) entrevistas exploratorias, 2) entrevistas semi-estructuradas a profundidad, 3) observación participante, 4) revisión de literatura y 5 fotografía.

El trabajo de campo se facilita por el hecho de que la investigadora vive una parte de la semana en el contexto rural y otra parte en el Distrito Federal en donde visita, compra y come en el contexto de estudio. A lo largo del trabajo de campo, se busca información –verbal, literatura, etcétera- relevante para entender la culturas alimentarias, los hábitos alimenticios, la historias de los mercados alimentarios locales, y las maneras en que la alimentación natural ha entrado y está presente en los contextos.

Respecto de este último se lleva a cabo 6 (3 en cada contexto) entrevistas exploratorias con informantes que trabajan en la venta (y producción) de alimentos naturales. A ellos se les pregunta sobre lo que se produce o vende en términos de alimentos naturales –ambos en su lugar de trabajo en específico y en su contexto en general. Sobre sus motivaciones para producir o vender este tipo de productos. Sobre las características socio-demográficas y culturales de sus clientes. Sobre las motivaciones específicas detrás de su estilo dietético. Sobre la historia del mercado alimentario natural local (¿Cuándo empezaron a vender alimentos naturales y por qué?); y sobre las definiciones personales que tienen ellos de lo que es la alimentación natural.

A lo largo de todo el trabajo de campo se registra notas de campo que pueden ser informaciones de todo tipo que llama la atención por su potencial relevancia para el objetivo de la investigación (una conversación informal en el transporte público, observaciones en tiendas, publicidad, etcétera). En adición, se toma, a lo largo del trabajo de campo, fotos de lo que llama la atención por su potencial relevancia para el objetivo de la investigación y que pueden arrojar información sobre el conocimiento de la alimentación natural en cada contexto (*e.g.* publicidad, productos, tiendas,

restaurantes, actividades), se acompañó a 6 vendedores y/o productores de alimentos naturales (3 por contexto) a su lugar de trabajo (por 3 o 4 horas en cada visita) y por último, y con base en los temas que surgen de la asociación de palabras y que sirven como ejes temáticos, se lleva a cabo 6 entrevistas (3 en cada contexto) semi-estructuradas a profundidad con vendedores y productores de alimentos naturales.

Características teóricas de las representaciones sociales					
Método		Arraigo histórico	Multi-dimensionalidad	Transcendencia individual/social	Transcendencia objetivo/subjetivo
	Asociación de palabras		Asociaciones pueden referir a cogniciones, afectos, metáforas, imágenes, creencias etcétera	Indagación al nivel individual	Indagación sobre aspectos implícito/irracionales del conocimiento
	Etnografía motivada: Investigación de los contextos sociales, culturales e históricos (alimenticios)	Aspectos del desarrollo histórico, social, cultural y alimenticio del contexto puedan influir en sus representaciones		Investigación al nivel social	Indagación sobre aspectos implícito/irracionales del conocimiento
	Etnografía motivada: La exploración de los mercados alimenticios (naturales)		La dimensión conductual de las representaciones sociales (que es lo que se come)	El mercado alimentario se comparte socialmente	
	Etnografía motivada: Fotografía		Los imágenes asociadas con la alimentación (natural)	La imágenes existen fuera de la psicología individual	Las imágenes podrían expresar aspectos implícitos/irracionales de la alimentación (natural)
	Etnografía motivada: Entrevistas	Los vínculos que establecen con su historia contextual	Expresión de varias dimensiones (cogniciones, creencias, valores, metáforas, etcétera)	Indagación al nivel individual	

Tabla 3.2 *El arraigo de los métodos en la teoría de las representaciones social.*

3.5 Análisis de los datos

De las palabras recolectadas a través de la asociación de palabras se simplificó las respuestas (*e.g.* comer menos carne/menos carne) y se homogenizó sinónimos, singulares y plurales y género. Después, se analizó los datos de la asociación de palabras calculando las frecuencias y los rangos de los elementos. Es decir, ¿cuáles son las asociaciones más inmediatas con la alimentación natural (rango) y cuáles son las asociaciones más frecuentes con la alimentación natural (frecuencia)?

Después de este cálculo cuantitativo se siguió con una interpretación cualitativa. Esta misma estrategia de interpretación también se aplicó a los datos de las entrevistas y las notas de campo. Se hizo un análisis de contenido (Zhang & Wildemuth, 2009; (Hernández-Sampieri, Fernández-Collado, & Baptista-Lucio, 2006; Cáceras, 2003) en el cual se buscó, en primera instancia y a lo largo de varias revisiones de todos los datos, los temas recurrentes en los datos. Una vez establecidos estos temas, se hizo una clasificación de los temas en categorías generales más amplias. Los datos que refieren a una alimentación vegetariana por ejemplo, se etiquetaron como tal (tema recurrente: *alimentación vegetariana*) y durante otra revisión de los temas se buscaba las categorías más generales en las cuales se podría juntar los temas individuales. Los temas recurrentes de *la alimentación vegetariana*, *la alimentación de origen animal* y *la alimentación tradicional*, por ejemplo, se juntaron en la categoría general de *las prácticas*.

Esta etiquetación y categorización facilita la comparación entre contextos de estudio. Facilita comparar los temas recurrentes que se definieron en cada categoría entre los contextos: Respecto de la categoría X ¿qué temas ocurren en cada contexto que influyen en el proceso de representación? ¿Qué categorías y temas comparten? ¿Y dónde se separa el proceso de representación de un contexto del proceso de representación del otro contexto?

Los análisis de los datos de una asociación de palabras dentro del marco de la teoría de las representaciones sociales generalmente se hacen a través de estrategias cuantitativas como la calculación de los rangos y las frecuencias de las palabras y un análisis de correspondencia (Wagner, 1997; Abric, 1994/2001). En este trabajo se ha elegido una interpretación cualitativa. Los análisis cuantitativos llevados a cabo dentro del marco de la teoría de las representaciones sociales, tienen su lugar en la perspectiva estructural de la teoría de las representaciones sociales (ver: Wagner, Hayes y Flores, 2011; Abric, 1994/2001; ver sección 3.4). En esta perspectiva el enfoque no es tanto sobre el contenido de las representaciones sociales o el proceso a través de cual se establecen las representaciones sociales, sino el enfoque es sobre la

manera en que el contenido está dividido de una estructura en particular. Debido a que en este trabajo el enfoque es sobre el contenido y el proceso de representación social, se usa otra estrategia (no cuantitativa). La utilización actual de la asociación de palabras se ubica más cerca a la definición original por parte de Sigmund Freud. Él entendió la asociación de palabras como una estrategia para acercarse al contenido mental de sus pacientes que era difícil de acercar con estrategias convencionales como la entrevista o la conversación. En esta definición de la asociación de palabras sirve una función en dar el libre flujo a la creatividad sin dar permiso al control y a la restricción impuesta por la racionalidad (Jones, 1953). Se justifica el análisis cualitativo de los datos de la asociación de palabras considerando que la definición de la función de la asociación de palabras en este estudio queda más cerca de la definición original de Sigmund Freud que a la definición establecida dentro de la perspectiva estructural de la teoría de las representaciones sociales.

A pesar de esta justificación, se constató que la asociación realmente libre era difícil de establecer en esta investigación. Con “asociación realmente libre” se refiere a este proceso de asociación en el cual los informantes no excluyen respuestas porque piensan que podrían ser irrelevantes o “tontas” y en el cual las expresiones no son sensibles a las definiciones dominantes e institucionalizadas.

Las entrevistas que se hicieron en este estudio fueron grabadas y transcritas antes de ser sometidas al análisis de contenido, en el cual, se utilizó la misma estrategia que fue descrita en la descripción del análisis de contenido de los datos de la asociación de palabras.

Las unidades de análisis, es decir, la cantidad de texto que se agrupa en un tema o una categoría se estableció a través del temario del texto. No se definió un tamaño pre-establecido (*e.g.* una frase, un párrafo) sino el tamaño de las unidades de análisis se abrieron cuando el informante empezó a hablar sobre un tema nuevo y se cerró cuando el informante dejó de hablar sobre este tema y se movió a otro. Se incluyó una categoría “otra” en la cual se categorizó todo el discurso que no tenía relevancia para el objeto de estudio. Esta categoría contiene un 10% de la transcripción.

En adición a este análisis de contenido, se analizó los datos de investigación a través de un análisis basado en the Sociology of Knowledge Analysis of Discourse (SKAD; Keller, 2012; 2011).

SKAD es un acercamiento al análisis del discurso que fue desarrollado y aplicado sobre todo por parte de sociólogos del conocimiento en Alemania. Es un marco para la investigación de discurso que combina argumentos de la tradición

socio-construccionista (específicamente el pensamiento de Berger y Luckmann) con los supuestos fundados en el interaccionismo simbólico, la sociología hermenéutica del conocimiento y los conceptos de Foucault. Se eligió usar SKAD como acercamiento al análisis de los datos de esta investigación porque comparte características fundamentales con la teoría de las representaciones sociales: 1) se enfoca en el desarrollo, la objetivación y la institucionalización de conocimiento como una realidad “objetiva” que precede los actores individuales. Sin embargo, al mismo tiempo se reconoce estos actores individuales como agentes activos y creativos que construyen, de-construyen y re-construyen su conocimiento y así su realidad a través de una actividad continua de acción e interacción con el objetivo de hacer frente a los desafíos de la vida cotidiana. De ahí, SKAD comparte con la teoría de las representaciones sociales el supuesto de que un discurso (una representación, conocimiento) y sus consecuencias materiales al mismo tiempo preceden y resultan de la psicología individual y social (Keller, 2011; Wagner, *et. al.*, 2011). 2) Lo que cuenta como conocimiento no está limitado al conocimiento científicamente confirmado sino en principio incluye todos los sistemas sociales de signos y los sistemas de orden y conocimiento social. Lo que se explora, por lo tanto, es el desarrollo de sistemas de conocimiento del sentido común. 3) El conocimiento del sentido común deriva su relevancia de sus consecuencias materiales: con el objetivo de resolver los problemas y desafíos de la vida cotidiana se desarrolla una “infraestructura”. Esta infraestructura consiste, por ejemplo, de entendimientos compartidos y verbalizados, leyes, regulaciones administrativas, instituciones, productos, etcétera. Su estatus como base para la acción hace que el conocimiento del sentido común sea un objeto de investigación relevante y convierte estas “acciones” en datos a analizar en la investigación: el análisis no está limitado a texto verbalizado o escrito sino puede incluir imágenes, literatura, instituciones, jurisdicción, etcétera. El discurso está sujeto a un análisis empírico y no a un análisis normativo en el cual se determina la medida en que el conocimiento es correcto dentro de un marco científico. El objetivo tampoco es descubrir razones e intenciones “reales” o “encubiertos” del grupo en particular.

SKAD ofrece un conjunto de estrategias para el análisis del discurso que, en conjunto, permiten la descripción de la configuración del conocimiento y la infraestructura del proceso de conocimiento. Se enfatiza que no existen reglas estrictas en relación al uso y la combinación de estas estrategias; depende de la pregunta de investigación específica, las características de la investigación y las preferencias de los investigadores.

En este estudio se analiza, como parte de la configuración del conocimiento, la estructura narrativa del discurso de los dos grupos, los marcos interpretativos y la

estructura fenomenal. Para los otros aspectos de la configuración del conocimiento y de la infraestructura del conocimiento como lo propone el autor de SKAD, véase los artículos de Keller (2011; 2012).

La estructura fenomenal incluye dimensiones que definen, dentro del discurso bajo estudio, las características del fenómeno (la alimentación natural); describe las relaciones de causa y efecto (en relación a eventos en el mercado alimentario (natural); las responsabilidades de los distintos actores (e.g. consumidores, productores, políticos); los problemas en relación al fenómeno y las vías adecuadas de actuación (resolución de problemas).

La estructura narrativa describe las relaciones entre los elementos distintos de la estructura fenomenal. La estructura narrativa permite la definición de los episodios y procesos específicos en la historia del fenómeno y de esta manera ubica el discurso en una trama; una historia que es coherente, imaginable, y comunicable. Las relaciones que se establecen entre los varios elementos de la estructura fenomenal en la estructura narrativa son una interpretación de la investigadora; junta los trocitos y fragmentos del discurso como fue emitido por parte de los informantes y cómo surgió de las otras partes del proceso de la investigación (observación participante, fotografía, revisión de literatura).

Se entiende marcos interpretativos como dispositivos interpretativos que están enraizados históricamente y culturalmente y que sirven como guías de conocimiento cotidiano, interpretación y acción. Se aplica los marcos interpretativos a varios tipos de fenómenos y los marcos experimentan transformaciones sociales e históricas. Los marcos interpretativos forman parte del conjunto de conocimiento social y discursivo, se distinguen en términos de la manera en que combinan varios marcos interpretativos en un marco superpuesto. No existe un número o carácter típico de los marcos interpretativos en un discurso en específico; esto depende de la investigación empírica. Un ejemplo de un marco interpretativo es el marco de “los riesgos irreducibles” en el discurso sobre tecnologías complejas en Europa.

El reporte de los resultados de este estudio, en el siguiente capítulo, se funda principalmente en el análisis de contenido aplicado a todo el cuerpo de texto. El análisis SKAD sirvió primariamente como facilitador de una interpretación más profunda de los resultados del análisis de contenido o como verificación/falsificación de dichos resultados. Una razón detrás de esta división entre las estrategias de análisis es el enfoque de SKAD sobre las tendencias generales del discurso y su enfoque sobre las relaciones sociales (de poder) detrás del discurso. Este enfoque,

aunque enriquece la interpretación del conocimiento en los dos contextos actuales de estudio, no es el enfoque principal de esta investigación.

Otra razón detrás de esta división entre las estrategias de análisis es el hecho de que este acercamiento al análisis del discurso (SKAD) fue desarrollado principalmente para el análisis de conocimientos generales –no limitados a un grupo pequeño- e institucionalizados que se desarrollan en el conjunto de espacios públicos, institucionales y estatales. El estudio actual, en diferencia a esto, se enfocó sobre un discurso más localizado y menos institucionalizado.

Se presenta las estructuras fenomenales, los marcos interpretativos y las estructuras narrativas como fueron interpretados y descritos respecto de los contextos rural y urbano de este estudio en los apéndices I y II.

Capítulo 4

4. Resultados y discusión

Introducción

Todo el cuerpo de texto que se recogió a través de las entrevistas, la toma de notas de campo y la asociación de palabras fue sometido a un análisis de contenido (ver sección 4.5) en el cual se clasificó los datos en temas recurrentes (más estrechos) y categorías generales (más anchas).

A través de esta estrategia se definieron 4 categorías: 1) los factores individuales que influyen en la representación de la alimentación natural, 2) los factores socio-culturales que influyen en la representación de la alimentación natural, 3) los factores estructurales que influyen en la representación de la alimentación natural y 4) las prácticas o alimentos concretos que influyen en la representación de la alimentación natural.

Partiendo de todas estas categorías, se describe estos temas recurrentes que son más importantes en cada contexto; estos temas que se observaron en por lo menos 3 informantes de las entrevistas (la mitad) y que fueron observados en ambos la asociación de palabras como en las entrevistas. Respecto de la categoría individual se describen solo los temas recurrentes que se observaron en el contexto urbano debido a que en el contexto rural esta categoría no es suficientemente grande para cumplir con el criterio de inclusión descrito arriba. Respecto a la categoría socio-cultural esto es al revés; mientras que en el contexto rural la categoría socio-cultural es la más importante (en las entrevistas) en el contexto urbano la categoría no es suficientemente grande para describir en este reporte de los resultados de la investigación.

Se usa las estructuras fenomenales, los marcos interpretativos y las estructuras narrativas (ver apéndices I y II) como soporte de interpretación del sistema de categorización y del proceso de conocimiento que en adelante se describe (capítulos 4 y 5). Mientras que el análisis de contenido se funda principalmente en las partes narrativas de la investigación (las entrevistas, la asociación de palabras), el análisis SKAD se funda en las partes no narrativas de la investigación también (la observación participante, la revisión de literatura, la fotografía).

4.1 Las practicas

4.1a La importancia de las prácticas

En un momento dado me encontré platicando sobre las prácticas alimenticias y de salud con un conocido en un bar. Era la una de la madrugada y el conocido estaba consciente de mi interés académico en las prácticas comunes de salud. Me dijo que él intenta vivir sanamente. Me explicó que no toma cerveza y no fuma durante el día sino solo en la noche. Para mi conocido esta práctica significa vivir sanamente mientras que para mí, y quizás para otros también, el vivir sanamente implica otras cosas. Este ejemplo ilustra que las prácticas a que nos referimos cuando decimos que vivimos sanamente o nos alimentamos sanamente no están establecidas. Esta subjetividad es algo ya bastante reconocido. Sin embargo, uno de los argumentos que subyacen esta tesis es que esta subjetividad no se toma en cuenta suficientemente. Es decir que en la comunicación social generalmente estamos bajo el supuesto de que compartimos estas definiciones del comer sanamente o el vivir sanamente y suponemos que podemos usar los conceptos generales (i.e. “vivir sanamente” “alimentarse sanamente”) porque a lo que se refieren estos conceptos está entendido de la misma manera por otras personas. El ejemplo que se usó en la introducción de esta tesis, el del incremento en el consumo de los alimentos negros en los años sesentas en los Estados Unidos ilustra esta falta de reconocer la subjetividad en la interpretación de estos hechos o términos generales. Se supuso que este incremento en el consumo de alimentos negros era debido a un incremento en el nivel de conocimiento científicamente fundado sobre la alimentación: De acuerdo con el conocimiento científico los alimentos negros (integrales) son más sanos que los alimentos blancos y suponiendo que todos compartimos esta definición de los alimentos negros, lo más probable es que ésta era la razón detrás de su consumo. Sin embargo, como ilustró Belasco (1993) los alimentos negros tenían otro significado muy en particular para un grupo de consumidores en particular. La insuficiente consideración de la subjetividad también aplica hasta cierta medida a las campañas e intervenciones de salud. Frecuentemente se usa consejos generales como “*come bien*” “*haz ejercicio*” o “*come más frutas y verduras*” (ver imagen 4.1). Pero ¿qué es hacer suficiente ejercicio? Y ¿cuándo puede uno decir que está haciendo mucho ejercicio? ¿Cuándo corre 5 kilómetros una vez por semana o cuando corre entre 10 y 20 kilómetros durante 6 días de la semana? Y ¿qué cantidad de frutas y verduras tendríamos que comer para comer “más frutas y verduras”? ¿Es suficiente comer 2 piezas de fruta y 200 gramos de verduras al día o tendrían que ser las frutas y las verduras la base de la dieta y tendríamos que comer sobre todo las frutas y las verduras y mucho menos de los

granos y los productos animales? Como se ha discutido en los capítulos 1 y 2 en las investigaciones de la alimentación hechas en la psicología social se tiende a usar “la dieta balanceada” como punto de partida y se investiga hasta qué medida los sujetos comen de acuerdo con ésta y cómo influyen en este comer las actitudes, las percepciones de las normas sociales etcétera. Es decir, se tiende a proyectar el discurso científico sobre la alimentación en los consumidores comunes y no se indaga sobre los significados locales y sociales que están detrás de los términos generales que tienen su fundamento en el conocimiento científico (ver imagen 4.1)



Imagen 4.1 *Términos generales no específicos acerca de hábitos sanos.*

Las practicas alimenticias a que refieren los informantes del estudio cuando hablan de la alimentación natural son importantes justamente porque no podemos suponer que “los otros” (*e.g.* los receptores de campañas de salud) hablan de las mismas prácticas cuando hablan de la alimentación natural en específico o la alimentación sana en general. ¿A qué se refiere una persona o un grupo cuando dice que come sanamente o qué va a comer cuando tomó la decisión de alimentarse sanamente?

En adición a este argumento, las prácticas han demostrado ser importantes en este mismo estudio, sobre todo en la asociación de palabras. En ésta la categoría de las prácticas era la más grande (con más asociaciones) en ambos el contexto rural y el contexto urbano. Es decir que cuando se pregunta: “Cuando le digo “la alimentación natural” ¿qué viene a su mente? Las respuestas van en el sentido de ejemplos concretos de alimentos (¿qué comer?) sobre todo; más que en el sentido de las razones que tienen para optar por una dieta en particular (¿por qué comer?; *e.g.* la

salud, la conservación de un sistema cultural). Y más que en el sentido de la ausencia de sustancias sintéticas y la aplicación de tecnologías de la alimentación. En el contexto rural se mencionó solo 11 formas que refieren a las sustancias sintéticas y las tecnologías y se mencionó estas formas con frecuencias relativamente bajas. En el contexto urbano se mencionó solo 8 formas que refieren a las sustancias sintéticas y las tecnologías y también con frecuencias relativamente bajas (ver tabla 4.1). Se señala que una razón detrás de esta diferencia en la referencia a las prácticas y los alimentos concretos de un lado y las sustancias sintéticas y las tecnologías de otro lado podría ser que existen más palabras que describen las prácticas y los alimentos, que palabras que describen las sustancias sintéticas y las tecnologías. Si consideramos también las frecuencias de las palabras, la observación de que en el contexto rural se asocia la alimentación natural *sobre todo* con los alimentos concretos está confirmada. Las palabras más frecuentes son *verdura* (29), *fruta* (22) y *sano* (12). En el contexto urbano las frecuencias de las palabras de la asociación de palabras son distintas. Las palabras más frecuentes en el contexto urbano con *sano* (37), *verduras* (26) y *fruta* (16), indicando que en el contexto urbano se asocia la alimentación natural *sobre todo* con alimentos concretas (vegetarianas), pero se asocia la alimentación natural *en primera instancia* con su relación con la salud.

Contexto rural	
Categoría	Entradas
Sintéticas y tecnología	Sin pesticidas (1), sin hormonas (2), sin químicos (6), sin alternación (4), sin fungicidas (3), sin conservadores (1), no enlatado (1), menos industrial (1), sin saborizantes (1), sin colorantes (2), sin transgénicos (1)
Contexto urbano	
Categoría	Entradas
Sintéticas y tecnología	Pesticidas (1), transgénicos (5), sin químicos (5), eliminación de toxinas (2), sin conservadores (4), sin transgénicos (2), sin fungicidas (1), sin pesticidas (1)

Tabla 4.1 *Las asociaciones entre la alimentación natural y las sustancias sintéticas y las tecnologías (contexto rural y contexto urbano) (las frecuencias de las asociaciones están entre paréntesis).*

La importancia de las prácticas también cambia si cambiamos el enfoque de la asociación de palabras a las entrevistas. Mientras que en la asociación de palabras la asociación con las prácticas es la más frecuente, en las entrevistas el enfoque cambia al por qué comer: ¿por qué razones optan por una dieta en particular? Este cambio de

enfoque aplica más al contexto urbano que al contexto rural; señalamos que el discurso de los informantes del contexto rural es más concreto que el discurso de los informantes del contexto urbano. Este enfoque sobre las prácticas concretas se manifiesta en el compartir recetas de platos específicos y en el dar ejemplos de productos concretos que se usa en su dieta. No era inusual escuchar declaraciones del tipo “¿conoce usted el dulce de calabaza?” o “¿conoce usted los quelites?” seguido por una receta o una descripción de lo que se puede hacer culinariamente con el dulce de calabaza o los quelites. En el contexto urbano se habla mucho menos específicamente sobre qué comer y se habla mucho más sobre por qué comer (*e.g.* salud, calidad de vida; ver sección 4.4). Esto posiblemente tiene que ver con el nivel de educación que es más alto en el contexto urbano. Otra explicación podría ser la cercanía de los grupos a la alimentación natural. Como veremos en las secciones 4.3 y 4.4 los habitantes de contexto rural representan la alimentación natural en términos de una alimentación que es cercana a su cultura; en el contexto rural la alimentación natural es algo que tiene su lugar en la historia local, en la familia, en la comunidad, en la cultura y en la tierra en que viven. En el contexto urbano, la alimentación natural tiene su lugar en la actitud individual de la gente. Esta cercanía al objeto de representación en el contexto rural podría influir en la manera de describir la alimentación y hacerlo más concreto; en términos de los alimentos, las prácticas y las dietas concretas.

4.1b La alimentación vegetariana

Ahora que hemos establecido la importancia de las prácticas, ¿a qué prácticas refieren los informantes cuando hablan de la práctica de la alimentación natural? El contexto rural y el contexto urbano comparten el tema de la alimentación vegetariana; el tema más importante en la asociación de palabras dentro de la categoría de las prácticas (ver tabla 4.2).

Contexto rural	
Categoría	Entradas
Alimentación vegetariana	Fruta, verdura, frijol, arroz, avena, coliflor, calabaza, zanahoria, chile, cebolla, tomate, papa, jitomate, lechuga, cilantro, berros, verdolagas, quelites, tortilla, maíz, nopal, pura verdura, semillas, soya, granola, miel, masa, legumbres, raíces, menos carne, licuados, ensalada, haba, coctel de fruta, pina, hongos, pepino, hierbas, limón, tuna, manzana criolla, duraznos, ejote, chayote, espinacas, tubérculo, granos, jugos naturales, trigo, garbanzo, hojas, papaya, guayaba, pera, manzana, brócoli, elote, betabel, chicharro, cereales
Contexto urbano	
Categoría	Entradas
Alimentación vegetariana	Fruta, verdura, frijol, avena, coliflor, calabaza, zanahoria, cebolla, jitomate, lechuga, cilantro, semillas, soya, granola, miel, legumbres, pan, ensalada, pina, pepino, limón, chayote, vegetariano, granos, jugos, trigo, hojas, papaya, peras, manzana, brócoli, chicharro, agua de fruta, cereales, mermelada, fruta seca, hamburguesa de soya, albóndigas de soya, guacamole, champiñones, miel de abeja, pan integral, alfalfa, ajonjolí, espinaca, acelga, sandia, amaranto, melón, miel, germinados, apio, germen de trigo, centeno, carne de soya, nuez, apacaras, jícama, leche de soya, mango, mandarina, arroz integral, tofu, aceituna, esparrago, tortilla, algas, plantas curativas, plantas, hongos, restaurante vegetariano, menos carne

Tabla 4.2 *El tema compartido en la categoría Prácticas en la asociación de palabras (contexto rural y contexto urbano).*

Aunque en ambos el contexto rural y el contexto urbano se refiere también a alimentos de origen animal en ambos la asociación de palabras (10 asociaciones en el contexto rural y 10 asociaciones en el contexto urbano) y las entrevistas, se tiende a asociar la alimentación natural más con la alimentación vegetariana que con la alimentación carnívora. Esto a pesar de que frecuentemente se define la alimentación natural en términos de “*lo original, lo no modificado*”, “*sin sustancias sintéticas*” y “*no industrializado*” (entrevistas exploratorias); aunque las últimas dos definiciones no implican una dieta vegetariana porque los productos animales se puede producir sin sustancias sintéticas y aunque no se expresa explícitamente que se considera la alimentación vegetariana como más natural que la alimentación carnívora el discurso de los informantes sí va en este sentido. Y esto no es una preferencia discursiva solamente; de las 6 personas entrevistadas en el contexto rural 4 llevan una dieta casi vegetariana (con ocasionalmente algo de productos animales y por razones prácticas y

de costumbre) y en el contexto urbano 4 de las 6 personas entrevistadas llevan una dieta vegetariana dentro de cual uno no comen nada de productos animales y los otros tres no comen carne. Es importante señalar aquí que las razones que reportan los informantes para llevar una dieta vegetariana son distintos en cada contexto. En el contexto rural se reporta comer poca carne o no comer carne porque la carne es más cara, se tiene pocos animales destinados al consumo en su terreno o porque es costumbre y tradición comer más plantas que animales. En el contexto urbano, a diferencia de esto, se reporta razones morales e ideológicas para comer una dieta vegetariana: Razones que tienen que ver con el bienestar de los animales en la industria alimentaria, pero también con el percibido valor nutritivo reducido de los productos animales con base en el cual se le otorga un valor moral negativo. Es decir, no solo se moraliza el proceso de producción de la carne sino también se moraliza la decisión individual de comer sanamente (naturalmente) o no. En adición y probablemente relacionado con esto, el comer vegetariano se ve como una decisión personal y más cerca de la identidad individual en el contexto urbano en comparación con el contexto rural.

La relevancia de la práctica de la alimentación vegetariana no se observa solamente en la asociación de palabras sino también en la etnografía motivada y en un contexto social más grande afuera de los contextos del estudio actual. En la etnografía motivada cuando se hizo un recorrido de los contextos físicos de investigación se observó que en la presentación y la promoción de los establecimientos de comida natural se hace referencia a lo verde y a las frutas y las verduras se hace carteles promocionales, por ejemplo, con el color verde al fondo o con imágenes de frutas y verduras (ver imagen 4.2). La presentación y promoción de la alimentación haciendo referencia a la carne u otros productos de origen animal no se observó.

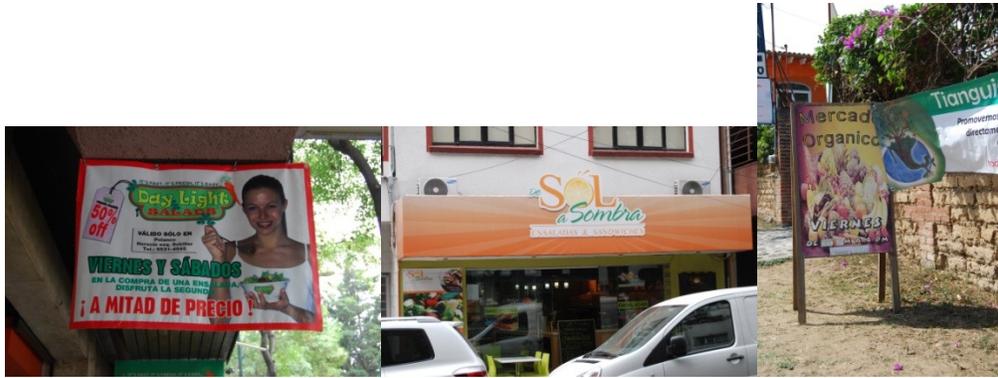


Imagen 4.2 *La importancia de la alimentación vegetariana y las frutas y verduras en el imaginario de la alimentación natural (contexto urbano (la izquierda, 2) y contexto rural (la derecha, 1)).*

En el contexto rural un informante de la etnografía motivada explicó que produce alimentos de origen animal y añadió que en sí, el comer productos de origen animal no es malo y no es opuesto a una alimentación natural, sino que depende de la crianza y la dieta de los animales y el proceso de producción de la carne. Esta énfasis, la explicación específica de la potencial naturalidad de los productos animales demuestra que la tendencia general es asociar lo natural con el comer plantas y no con el comer animales.

En un contexto social más grande también se observó esta tendencia. Haciendo una búsqueda por Google usando como criterio “alimentación natural” se encontró que la gran mayoría de las imágenes encontradas fueron frutas y verduras (ver imagen 4.3)



Imagen 4.3 *Las primeras 15 imágenes encontrado buscando imágenes de “la alimentación natural” por Google.*

Un aspecto práctico y compartido importante del significado de la alimentación natural es entonces, la práctica de la alimentación vegetariana. El significado más concreto de esta práctica depende de los contextos específicos y para esto es importante discutir el tema de *la alimentación de la milpa* en el contexto rural y los temas de *la modificación* y *la tradición* en el contexto urbano; los temas únicos del contexto rural y del contexto urbano en la categoría de las practicas (ver tabla 4.3).

Contexto rural	
Tema	Descripción breve
<i>La alimentación de la milpa</i>	Se considera natural a estos alimentos que se cultivan en la milpa (<i>e.g.</i> el maíz, los frijoles, la calabaza), las plantas que cultivan y los animales que crecen en huertos caseros y los alimentos que recogen en el cerro (<i>e.g.</i> hierbas, frutas).
Contexto urbano	
Tema	Descripción breve
<i>La modificación</i>	Se considera natural a los alimentos que han sido modificado para sacar una sustancia (<i>e.g.</i> azúcar, grasa) o para añadir una sustancia (<i>e.g.</i> vitaminas, calcio).
<i>Los tradición</i>	Se considera natural a los alimentos y los hábitos alimenticios tradicionales y/o de antes de la industrialización del mercado alimentario.

Tabla 4.3 *Los temas únicos en la categoría Practicas (contexto rural y contexto urbano).*

4.1c La alimentación de la milpa (contexto rural)

Sobre todo en el análisis de las entrevistas exploratorias y las entrevistas semi-estructuradas a la profundidad se estableció que aparte de la alimentación vegetariana otro aspecto práctico importante en el contexto rural es el tema de la alimentación de la milpa. El término “milpa” es un derivado de los términos Náhuatl “milli” -parcela sembrada- y “pan” -encima, en-. Literalmente significa “lo que se siembra encima de la parcela”, más comúnmente se traduce en “campo de maíz”. Pero la milpa refiere a un sistema más complejo: una milpa es un campo, a veces recientemente limpiado (quemado) y preparado para el cultivo con un sistema de rotación. Los agricultores cultivan varias plantas al mismo tiempo como el maíz, el aguacate, varios tipos de calabaza, el frijol, melón, (ji) tomate, chiles, camote, jícama y amaranto. La milpa es un sistema con orígenes en Mesoamérica y probablemente ha sido el sistema agrícola más importante en Mesoamérica desde hace 2000 a 1500 años

antes de Cristo. El sistema imita una situación natural en el sentido de que variedades silvestres de los varios cultivos de la milpa comparten un mismo hábitat que beneficie su crecimiento (Mann, 2005). En el contexto rural del estudio actual el sistema agrícola de la milpa es un sistema común y juega un papel central en el significado que otorgan a la alimentación natural. Por lo tanto, se eligió el término “de la milpa” para describir las prácticas que para los informantes del contexto rural dan significado a la alimentación natural. Sin embargo, en la descripción de los informantes, esta práctica alimenticia no está limitada al espacio físico de la milpa o a los alimentos que crecen en ésta: La práctica que describen los informantes también refiere a alimentos que se tiene el hábito de cultivar en un huerto casero como son las frutas (*e.g.* guayaba, chilacayote naranja) en arboles de fruta, y verduras como el jitomate y los legumbres como el frijol. Y la práctica de la alimentación de la milpa refiere a la crianza domestica de animales destinados al consumo y a la recolección de alimentos en los cerros que limitan el pueblo. Alimentos que se recolectan en el cerro son, por ejemplo, frutas (*e.g.* zarzamora, capulín), hierbas (*e.g.* quelites) y hongos. Lo que tienen en común estos hábitos (*i.e.* “la milpa, el huerto y el cerro”) es el cultivo o la crianza casera o local y tradicional. Se juntó los hábitos debajo del término general “de la milpa”, porque éste es el término principal que usan los informantes: describen en primera instancia la milpa y la alimentación que se deriva de ésta y en segundo lugar se lo vincula con el huerto casero, la crianza de animales y con la recolección de alimentos en los cerros (ver figura 4.1).

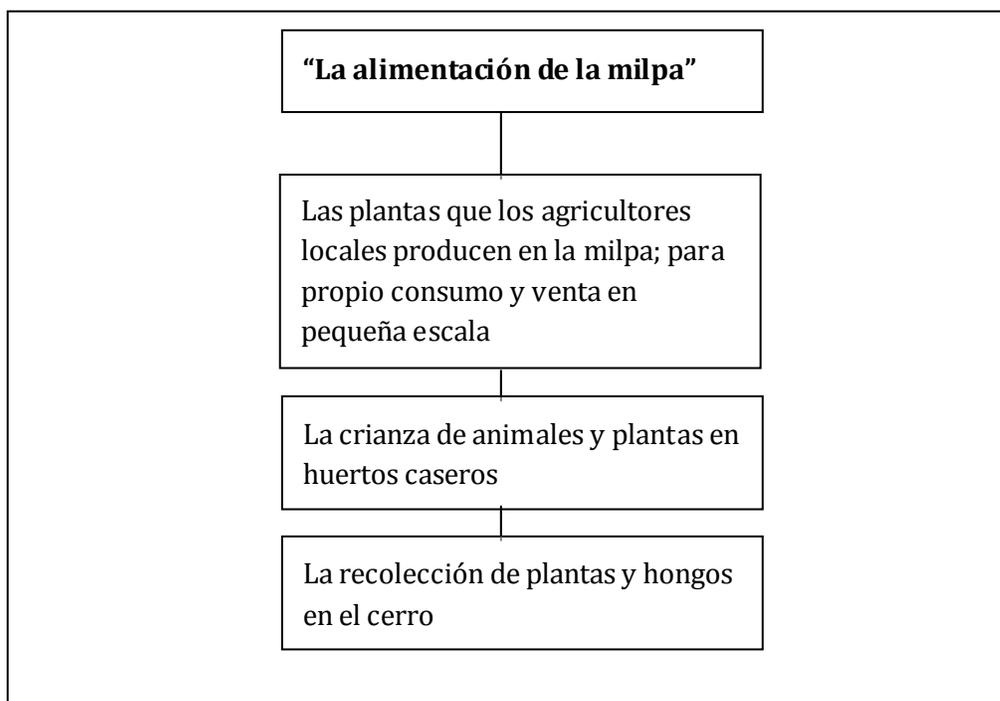


Figura 4.1 Los componentes principales de la dieta que se ha descrito como “la alimentación de la milpa (contexto rural).”

Demostrando la práctica natural de la alimentación de la milpa, una informante de las entrevistas semi-estructuradas, cuando se le preguntó que come en términos de alimentos naturales respondió:

“Pues de la milpa ¿no? [...] el frijol o la calabaza, los quelites... pollo de rancho...y muy rico todo... todo muy bueno” (Informante 2 entrevistas semi-estructuradas)

Otra informante hablaba sobre sus prácticas alimenticias naturales cuando se le preguntó si los quelites sobre los que hablaba lo siembran en su huerto. Respondió ilustrando la importancia de los alimentos que recolectan en el cerro:

“Los quelites no sembramos, es del tiempo de la temporada... lo traemos del cerro [...] la zarzamora también la sacamos del campo. Ahorita ya va a empezar el tiempo de la zarzamora, el capulín, todo esto. Y las peras, todo esto” (Informante 3 entrevistas semi-estructuradas)

Otras citas de las entrevistas que muestran la práctica de la alimentación de la milpa se presenta en la tabla 4.4

La alimentación de la milpa
<i>“La tortilla... nosotros lo cultivamos... pues, mi esposo lo siembra y yo hago las tortillas [...] también la leche, mi esposo tiene algunas vacas. [...] Hoy van a bajar leche, para la semana; de las vacas que tenemos. [...] y huevos, puro huevo orgánico, porque también gallinas tenemos unas allí y otros allá en el campo”</i> (Informante 3 entrevistas semi-estructuradas)
<i>“Mi mama tiene muchas gallinas y ella la gallina la prepara [...] las gallinas de rancho que tienen ellos los matan y preparan un caldo o con una salsa”</i> (Informante 2 entrevistas semi-estructuradas)
<i>“La gente ya no come muchos alimentos naturales, aunque si aquí si hay. Y antes si comieron muchas cosas naturales pero ya no los comen casi. [...] Antes comieron cosas de la milpa, del campo; muchas cosas del campo. Por ejemplo, calabacitas, se comió mucho frijol, frijol y ejote [...] entonces esto, se hacía, se usaba la calabaza para hacer una sopa, ejote para hacer sopas de elote... bueno varias cosas que en este tiempo pues se van. En todo caso en Tepoztlán tenemos mucho campo y entonces se puede sembrar cosas naturales para consumirlas, pero sin embargo la gente no lo hace”</i> (Informante 1 entrevistas exploratorias)

Tabla 4.4 Citas de las entrevistas que describen la práctica de la alimentación de la milpa (contexto rural).

La importancia de la alimentación de la milpa en el contexto rural también está reflejada en la asociación de palabras en la cual las palabras mostrados en la tabla 4.5 refieren a alimentos que están cerca de la cultura local y a alimentos que crecen en la milpa, en huertos caseros y en el cerro alrededor del pueblo como el frijol, la calabaza, el chile, los quelites, el maíz, el nopal, la masa y la guayaba.

Alimentación de la milpa	Frijol, calabaza, chile, tomate, jitomate, quelites, tortilla, maíz, nopal, masa, caldo de pollo, agua de mango, limón, tuna, chayote, mole, albóndigas, salsa, chiles rellenos, papaya, guayaba, elote, agua de fruta
---------------------------------	--

Tabla 4.5 El tema alimentación de la milpa en la asociación de palabras (contexto rural)

En resumen, en el contexto rural del estudio actual las prácticas y los alimentos concretos juegan un papel central en su discurso sobre la alimentación natural, sobre todo en la asociación de palabras, pero también en las entrevistas. La asociación inicial y general es con la dieta vegetariana; con el comer plantas. Y esta asociación es compartida con el contexto urbano. Más en específico las practicas que se asocian con la alimentación natural es la práctica de “comer de la milpa”. Esta dieta es en gran parte vegetariana y tiene una larga historia en la cultura local del pueblo. Es una dieta que –en general- se asocia también con la pobreza y varios informantes reportan que –posiblemente debido a esta asociación con la historia y con la pobreza- muchas personas en el pueblo prefieren otro tipo de alimentación que es más moderna (ver sección 5.3). El alimentarse de la milpa, el comer cosas como tortillas hechas en casa, de maíz de propia producción, el comer frijol, calabaza, aguacate y el comer de los huertos caseros y del cerro, es una alimentación que ha crecido de una necesidad, porque los consumidores no tenían los recursos económicos para comprar alimentos del mercado. Sin embargo y aunque los informantes actualmente sí tienen los recursos que podrían facilitar el comer de otra manera, se considera que la alimentación de la milpa es una manera natural y sana de alimentarse que debe de ser conservado.

El tema de la práctica de la alimentación de la milpa coincide con el tema socio-cultural más importante del contexto rural; la cercanía cultural. Como veremos en le sección 5.3 la alimentación de la milpa es la alimentación que es cercana a la historia y vida social y cultural y a al contexto geográfico local. En este sentido se podría decir que un tema (la alimentación de la milpa) describe la practica mientras otro (la cercanía cultural) lo contextualiza en su contexto y vida social y cultural.

4.1d La tradición y la modificación

En el contexto urbano, los temas únicos (no compartidos con el contexto rural) con relación a las prácticas son 1) *la modificación* y 2) *la tradición*. Estos dos temas reflejan una contradicción que frecuentemente está presente en el discurso de los informantes del contexto urbano cuando se habla de la alimentación natural: mientras que en el contexto rural los informantes establecieron un significado compartido y concreto de lo que es la alimentación natural, en el contexto urbano no se establece este significado; se contrasta la alimentación natural con la alimentación que no es natural y, como en el caso de los temas de la modificación y la tradición, se define la

alimentación natural en términos de la alimentación tradicional y al mismo tiempo se define la alimentación natural en términos de una modificación de los alimentos originales para hacerlos más naturales. Aunque los procesos industriales necesarios para lograr este tipos de alimentos modificados son contradictorios a la definición que generalmente se da de lo natural (*“lo original, lo no modificado”, “sin sustancias sintéticas” “no industrializado”*; entrevistas exploratorias) sí se asocia la alimentación natural con estos productos necesariamente industrializados y “tecnificados”. El tema de la modificación implica un cierto grado de desconfianza en la tradición: para comer una dieta que sea natural y sana, algo se tiene que modificar de los alimentos originales o los platos tradicionales para que sean naturales y para que sean sanos. Los albóndigas por ejemplo no se consideran naturales mientras que las albóndigas de soya sí o un plato tradicional con queso Oaxaca (alto en grasa) se considera menos natural que el mismo plato con el queso Oaxaca sustituido por queso Panela. Y un yogurt bajo en grasa (con grasas extraídos) se considera como más natural que un yogurt entero no procesado (entrevistas exploratorias).

En la tabla 4.6 se presenta los elementos de la asociación de palabras que fueron categorizados en el tema de la modificación.

La modificación	Libre de azúcar, bajo en grasa, suplemento, bajo en calorías, mascabado, enriquecido, menos refrigerado, sin aderezo, poco sal, poca azúcar, no frita, hamburguesa de soya, albóndigas de soya, pan integral, pollo asado o al vapor, carne de soya, leche de soya, integral, arroz integral, sin azúcar, galletas con harina integral, asado, queso panela, extractos naturales
------------------------	--

Tabla 4.6 *El tema la modificación en la asociación de palabras (contexto urbano)*

En la etnografía motivada se observó la importancia de la modificación de los productos originales en el contexto urbano en la presencia de productos bajo en grasa, bajo en azúcar o de otras maneras modificados en las tiendas naturalistas en este contexto. En el contexto rural la oferta de productos naturales no incluyó muchos productos de este tipo.

Aunque parece ser contradictorio a la modificación de productos como se le entiende en el tema de la modificación, otro tema que da significado a la práctica de la alimentación natural en el contexto urbano es la tradición. Los fragmentos categorizados como tal describen los alimentos y los hábitos alimenticios del tiempo de antes de la industrialización de la producción de alimentos y la aplicación de

tecnologías en ésta como naturalmente natural. No hubo duda sobre la naturalidad y la sanidad de los alimentos y la gente tenía, naturalmente, sin que fuera el objetivo, hábitos más naturales y sanos (ver estructura narrativa del análisis SKAD; apéndice I). El tema de la tradición se refiere sobre todo al comer cosas como el frijol, la tortilla, el arroz y muchas frutas, verduras y hierbas. Aunque generalmente se asocia esta dieta con la pobreza y se le considera una dieta de gente humilde, se lo considera natural y sana. A pesar de esto no se refiere a esta dieta tradicional respecto de su propia práctica. Parece ser que en abstracto sí se considera como natural esta dieta tradicional, pero que no se lo aplica a su mismo:

“Yo creo que se comía más sano (antes de la entrada de la industria); se comía más sano y más natural; [...] el frijol, el frijol y un montón de vegetales siempre ha sido más accesible a la gente” (Informante 1 entrevistas semi-estructuradas)

“Y pues se comía mucho menos comida enlatada ¿no? Yo creo que se comía mucho más fresco ¿no?, Del mercado, lo que había ¿no? Lo natural era lo que había. Pero yo creo que los hábitos alimenticios se empezaron a cambiar en los años como por allí de los setentas, ochentas [...] y mi familia de origen....comieron pues muy naturales, pero de allí de los años setentas y ochentas la sociedad empezó a comer de manera diferente, no nada más en la familia, pero también en las escuelas y en la calle y se empezó a ver más cosas enlatadas, más contaminados y pues también los productos que están en el mercado no son los mismos que estaban en los mercados en los años setentas, pues ya no sabes de donde viene o si son transgénicos” (Informante 2 entrevistas semi-estructuradas)

“Yo creo que sí (que la gente comió más natural antes de la industrialización) y no sé... era lo que había ¿no?” (Informante 3 entrevistas exploratorias)

También se observó la importancia de los productos tradicionales para el entendimiento que tiene el grupo de la alimentación natural (tradicional) durante la etnografía motivada: las etiquetas de los productos que fueron comprados en las tiendas visitadas hacen referencia a una manera pre-industrial de producir: Se compró por ejemplo: las harinas de “Bob’s Red Mill” y en las etiquetas y en el sitio de web de la compañía se presenta Bob como un agricultor explícitamente dedicado a la salud de sus clientes que produce sus harinas artesanalmente con un molino de producción manual de muelas de piedras (ver imagen 4.4). De este papel concreto de la tradición en el contexto urbano se deduce la contradicción entre la tradición y la modificación descrita arriba: Aunque estos productos hacen referencia a “lo

tradicional” la disponibilidad, en México, de estos productos estadounidenses y el hecho de que se les puede publicar como tradicional (que son empaquetados y etiquetados, publicados y transportados) implica cierto grado de artificialidad; de intervención tecnológica.



Imagen 4.4 **Bob's Red Mill (contexto urbano).**

Las practicas que dan significado a la alimentación natural en el contexto urbano son, resumiendo, la alimentación vegetariana en términos generales y en términos más específicos los productos y platos que han sido modificados con el objetivo de hacerlos más sanos de un lado y la alimentación tradicional de otro lado.

4.1e Las frutas y las verduras y el anclaje

Considerando que en la asociación de palabras la asociación inmediata y la asociación más importante con la alimentación natural es, en ambos contextos, la alimentación vegetariana en general y las frutas y las verduras en específico se puede argumentar que el anclaje de la alimentación se hace en esta alimentación vegetariana y en las frutas y verduras. El proceso representacional del anclaje, si lo consideramos cronológicamente, es la primera etapa del proceso de representación en la cual el objeto todavía es relativamente desconocido; todavía no ha obtenido una identidad propia. Se conoce el objeto a través de su relación con un objeto del mundo social ya conocido. Se podría argumentar que en el caso de los informantes (urbanos y rurales)

de este estudio esta relación se establece con el objeto más conocido de la alimentación vegetariana y con las frutas y verduras en específicos.

4.2 Los factores estructurales: Las ambiciones económicas

4.2a La importancia de las ambiciones económicas

Las ambiciones económicas son un tema que se ha observado en la categoría de los factores estructurales. Los factores estructurales refieren a la influencia que tienen la industria alimentaria, la política (los gobiernos) y la ciencia en el significado que se otorga a la alimentación natural. La influencia que tienen estos *macro-actores* en el comer de la gente común ha sido tema de gran debate en las últimas décadas: De un lado una percepción común es que el comer es un asunto privado y que cada individuo debería decidir sobre lo que come o no. En esta visión el gobierno tiene la responsabilidad de informar la ciudadanía acerca de los efectos que tiene el comer en la salud; es decir que tiene la responsabilidad de promover la dieta balanceada, pero más influencia no debería tener este macro-actor; el comer al final de cuentas es un asunto de libertades individuales y es un asunto privado, domestico. Esto contrasta con la percepción del rol que deben de tener los gobiernos en el uso de medicinas por ejemplo: es socialmente aceptado que los gobiernos y los expertos (*e.g.* los médicos) tengan la última palabra en las medicinas que los ciudadanos usan, pero no es socialmente aceptado que los gobiernos o los expertos tengan la última palabra en lo que comemos. Acerca de la influencia de los factores estructurales se percibe entonces, de un lado, una falta de esta influencia: el comer se considera parte de la vida cotidiana y privada de la gente común.

De otro lado una percepción común es que la influencia de macro-actores en el comer de la gente común ha incrementado. Aunque la percepción es que el comer es, en esencia, parte de la vida privada como lo es el sexo, también se percibe un incremento en la influencia que tiene la industria alimentaria en lo que comemos. Existe un debate internacional sobre el carácter y la calidad de nuestra alimentación. Una larga cantidad de trabajos periodísticos y científicos debaten la influencia que tienen las características del mercado alimentario actual en la “epidemia” del sobrepeso y de la obesidad, en el aumento drástico de la diabetes tipo 2 y en otros problemas de salud. En adicción a esto, existe un debate moral sobre el mercado alimentario industrial. Se debate el tratamiento de trabajadores en la industria alimentaria. Estos trabajadores frecuentemente son inmigrantes u otras personas menos privilegiadas y el trabajo que hacen frecuentemente es físicamente y emocionalmente cansado y peligroso. El debate moral sobre la industria alimentaria se centra también en el tratamiento de animales destinados al consumo y existe en

estos trabajos periodísticos y científicos una intención de establecer una conciencia acerca de la influencia que tienen los macro-actores en nuestro comer: aunque muchos están debajo del supuesto de que nosotros mismos decidimos lo que comemos, en realidad comemos menos de 0,25% de las sustancias que existen en la naturaleza que podríamos consumir (Safran-Foer, 2006). Es decir que la cultura (no consumimos ratas y perros porque no es culturalmente aceptado), los costumbres (tendemos a comer lo que siempre hemos consumido) y la industria (determina lo que está disponible) por gran parte determina lo que comemos. Nosotros decidimos que compramos y por lo tanto tenemos la impresión de que tenemos la libertad de comer lo que queremos. Podría argumentarse, sin embargo, que en realidad lo que está disponible y pensable por gran parte está determinado por factores estructurales y no es nuestra propia elección. La categoría de los factores estructurales y el tema de las ambiciones económicas tienen su lugar en el debate acerca de esta libertad en el comer y esta influencia de afuera en nuestro comer.

Antes de discutir los significados específicos de las ambiciones económicas señalamos acerca de la importancia de éstas que la categoría de los factores estructurales es menos presente en el discurso de los informantes de los dos contextos que los factores individuales, sociales y prácticas que influyen en el proceso de representación. Es decir que se hace poca referencia –ambos en el contexto rural y el contexto urbano y ambos en la asociación de palabras y en las entrevistas- a los temas estructurales y se entiende la alimentación natural más desde su propia actitud individual o la actitud cultural hacia la alimentación y más desde las prácticas cotidianas. La actitud negativa hacia la industria alimentaria y hacia la política y el culpar estos institutos por las fallas del mercado alimenticio como es presente en una gran cantidad de documentales y libros sobre el mercado alimenticio y la alimentación sí está presente en el discurso de los informantes, pero lo que juega un rol más importante en su discurso son las actitudes individuales y sociales¹².

4.2b Las ambiciones económicas

El tema de las ambiciones económicas está compartido entre el contexto rural y el contexto urbano. En el discurso de ambos los informantes del contexto rural y del

¹² Esta poca referencia a los factores estructurales probablemente también tiene que ver con el tipo de preguntas hechas por la investigadora y la relativamente poca intención que tenía de hablar sobre los factores estructurales.

contexto urbano las ambiciones económicas dan significado a la alimentación natural en el sentido de que las ambiciones económicas contrasten con la alimentación natural: mientras que los productores y vendedores de alimentos convencionales (industrializados) tienen el objetivo más importante de obtener una ganancia económica, los productores y vendedores de alimentos naturales tienen el objetivo principal de la buena nutrición; o la buena nutrición es un resultado “natural” de este proceso de producción aunque posiblemente no es un objetivo explícito de los productores (tradicionales). El significado más específico de las ambiciones económicas y como contrasten con la alimentación natural es distinto en cada contexto. En el contexto rural las ambiciones económicas influyen en la contradicción entre lo natural y lo no natural a través de los cambios en el mercado laboral local: se asocia los trabajos “modernos” que se centran en el comer –en el sector del turismo– con las ambiciones económicas más que con las ambiciones nutricionales (una preocupación por producir alimentos de alta calidad nutricional), mientras que se asocia los trabajos tradicionales (en la agricultura) más con preocupaciones sobre la nutrición y la salud que una preocupación por la ganancia económica. En el contexto urbano las ambiciones económicas se asocian con la industria alimentaria y se percibe que en la industria alimentaria la preocupación es en primer lugar por la ganancia económica y no por la producción de alimentos de alta calidad. En adición a esto se asocia las ambiciones económicas con la falta de información que tiene la ciudadanía acerca de la alimentación, la nutrición y el origen de sus alimentos; en la percepción de los informantes del contexto urbano las ambiciones económicas que tienen los macro-actores en la industria alimentaria, en la política y hasta cierta medida en la ciencia les impide difundir la información necesaria para que la ciudadanía puede decidir qué comer y que no comer.

4.2c Las ambiciones económicas y los cambios en el mercado laboral (contexto rural)

En el contexto rural se contrasta la alimentación natural con las ambiciones económicas que tienen que ver con los cambios en el mercado laboral local (ver también capítulo 4): mientras que el mercado laboral del pueblo tradicionalmente ha estado fundado en la agricultura (y las localidades alrededor del pueblo, a las cuales pertenecen los informantes de este estudio, siguen siendo meramente agrícolas) en las últimas décadas el mercado laboral ha cambiado hacia el turismo como actividad laboral principal de los habitantes; por lo menos en la cabecera del pueblo. La

percepción compartida entre los informantes del estudio actual es que el mercado laboral agrícola tradicional está caracterizado por un interés en la calidad de la alimentación; está caracterizada por una cultura de la alimentación. Se describe que el interés principal o único de este trabajo agrícola no es la ganancia económica sino la alimentación (y como se sostendrá en breve, la integración social y el mantenimiento de un sistema social). El mercado laboral moderno por otro lado sí está caracterizado por el interés principal en la ganancia económica a cost de la calidad nutritiva (e integración social):

“Tepoztlán... ¿se ha dado cuenta es meramente turístico? Anteriormente la gente tenía otro tipo de actividad, pero ahora es la comida para los turistas. Porque es lo que más deja dicen ellos. También...toda la gente viene porque dice: ¡Ay bien rico lo que se come en Tepoz! ¡¿No?! Las gorditas, los itacates [...] y la gente prefiere comer esto que lo natural. Vienen y dicen: ¡las quesadillas! Pero en los puestos lo ponen mucho aceite. En el turismo se cocina con mucha grasa saturada que es la manteca y muchos dice: ¡Ay bien rico! Pero en realidad...no saben que están consumiendo. Y también se consume mucho el refresco y menos aguas naturales, ya no van por esto, pasan lo puestos y compran pues la cerveza, los refrescos. Entonces yo de pronto me he preguntado.... Pues estamos ganando, pero no nos interesa lo demás, pues yo estoy vendiendo y a la gente le gusta, pero así que hay una cultura de la alimentación, no hay, definitivamente no hay”
(Informante 2 entrevistas semi-estructuradas)

“Los que venden por ejemplo, los comerciantes, ellos venden lo que los presenta más ganancias y dicen pues yo voy a vender esto, pero sí, totalmente, ha cambiado mucho en este aspecto” (Informante 1 entrevistas exploratorias)

“También la gente tiene que trabajar mucho, ya no tienen tiempo. Antes también trabajaban, pero en el campo y se tenía mucho, se cosechaba mucha calabaza, mucho maíz y todo y había gente que venía desde afuera que compraba el maíz” (Informante 1 entrevistas semi-estructuradas)

4.2d Las ambiciones económicas y la información (contexto urbano)

El contexto urbano comparte con el contexto rural el tema de las ambiciones económicas. En el contexto urbano los fragmentos categorizados como tal, refieren a la industria, a la política y en menor medida a la ciencia. Los fragmentos categorizados

como tal describen como las ambiciones económicas que tienen estos macro-actores les impiden tomar en cuenta la calidad nutritiva de la alimentación. Es decir que para los políticos la ganancia económica y los intereses económicos que tienen en la industria alimentaria y en la tecnología alimentaria por ejemplo, son más importantes que la buena nutrición de la ciudadanía. Para la industria alimentaria el objetivo principal es la ganancia económica y no es la producción de alimentos de alta calidad nutritiva. La ciencia tiene intereses económicos que influyen en los estudios que hacen y en las recomendaciones alimenticias que producen (ver también la estructura fenomenal del análisis SKAD; apéndice I). En adición a esto los informantes en el contexto urbano coinciden en la percepción de que los intereses económicos de los macro-actores les impiden distribuir la información que la ciudadanía necesita para tomar sus decisiones alimenticias:

“El gobierno todavía no lo ve como algo importante, bueno, para bajar el costo de la salud pública sí, pero realmente, la alimentación no les interesa y esto es algo que debe de cambiar” (Informante 1 entrevistas semi-estructuradas)

“Creo que el gobierno aquí tienen un papel importante de supervisión [de la modificación genética de los alimentos], pero que tan involucrado es el gobierno yo no sé porque se puede ver que los intereses económicos afectan al mismo gobierno” (Informante 1 entrevistas exploratorias)

“Nadie no informó. Se hizo para alimentar al mundo de manera más fácil, más práctica, más remunerado para las grandes compañías ¿no? Y pues sí, las grandes compañías se hicieron ricas, pero la alimentación de nosotros sufrió” (Informante 2 entrevistas semi-estructuradas)

A pesar de estas observaciones acerca de la responsabilidad de los macro actores, la tendencia general del discurso de los informantes del contexto urbano y del contexto rural va más hacia la responsabilidad individual o la responsabilidad socialmente compartida dentro de una comunidad, como se va a describir en las categorías individuales y socio-cultural¹³. En el contexto urbano la percepción parece

¹³ Como ya se ha dicho esta poca referencia a los factores estructurales probablemente también tiene que ver con el tipo de preguntas hechas por la investigadora y la relativamente poca intención que tenía de hablar sobre los factores estructurales.

ser que la decisión de cambiar la alimentación hacia una alimentación natural es una decisión que requiere ciertas condiciones estructurales (recursos económicos, educación, políticas, disponibilidad de alimentos sanos, naturales) pero que al final de cuentas depende de la información que uno sí tiene y de los factores y los cambios individuales. En este sentido, el comer naturalmente es un asunto acerca de la identidad individual: no se percibe en primera instancia que la manera de comer está determinado por la cultura en que uno vive, por la industria alimentaria o por las decisiones políticas sino se lo percibe como una expresión de la identidad personal.

En el contexto rural la percepción parece ser que la decisión de comer alimentos naturales o alimentos sanos depende del trabajo que uno tiene (*e.g.* agricultura: mas acceso a alimentos naturales) o turismo (menos acceso a alimentos naturales) y del tiempo que tiene disponible, pero que al final de cuentas es una opción por la cultura, la tradición y la economía local (la alimentación natural) o una opción por la vida moderna (la alimentación industrializada) (ver sección 5.3). Es importante señalar aquí que el rol que juega la moralización en la percepción de la industria alimentaria es distinto en cada contexto de estudio. En el contexto rural, en el cual se observó que el comer naturalmente se ve como una expresión socio-cultural, no se observó un fuerte rechazo moral de la alimentación industrializado: se considera que la alimentación industrial (*e.g.* los hotdogs y salchichas compradas en “las tiendas”; los cereales de caja) es una opción real, que sabe rica, que ahorra tiempo de preparación y se considera que no es malo comerlo de vez en cuando. En el contexto urbano por otro lado, sí se observó un fuerte rechazo morales y razones personales (no sociales) y morales para no consumirlo.

4.3 Socio-cultural: La cercanía cultural (contexto rural)

4.3a La importancia de la cercanía cultural

La cercanía cultural es un tema en la categoría socio-cultural en el discurso de los informantes del contexto rural acerca de la alimentación natural. La categoría socio-cultural refiere al impacto que tienen –de manera directa o indirecta y conscientemente o inconscientemente- otras personas y la cultura material en el proceso de representación de la alimentación natural. Mientras que los factores individuales se fundan más bien en experiencias individuales y las cogniciones, las creencias, las ideas etcétera que son resultadas de estas experiencias individuales, los factores socio-culturales se fundan más en experiencias sociales y culturales y las creencias, las ideas etcétera que han resultadas de estas experiencias. Serge Moscovici ha usado el ejemplo del pago con tarjeta de crédito para ilustrar la diferencia entre los factores sociales y los factores individuales en el proceso de representación: el proceso de pago con tarjeta parece ser un proceso entre dos partidos: el cliente (el consumidor) y la tienda (losa alimentos). Existe, sin embargo, otro, tercer partido no tan visible que es el banco. Este banco simboliza las experiencias sociales, culturales e históricas. El proceso de representación entonces es un proceso complejo que depende de y junta las representaciones individuales que dependen de las experiencias individuales, las cogniciones individuales, las creencias, las ideas y los valores individuales con las experiencias históricas, sociales, culturales y prácticas con el objeto¹⁴.

Como se ha discutido en los capítulos 1 y 2, la investigación psicológica social de la alimentación frecuentemente se enfoca en las representaciones individuales acerca de la alimentación, midiendo las actitudes individuales de un individuo para intentar de predecir si esta persona va a comer de manera adecuada o no. Este enfoque socio-cognitivo no considera profundamente las representaciones socialmente compartidas; las relaciones que tienen las personas con la alimentación cuando nacen, porque nacen en un mundo social en el cual el comer ya tiene un complejo de significados.

Entendiendo la alimentación como, la alimentación sana, la alimentación natural, la alimentación sabrosa etcétera un individuo entonces no empieza desde

¹⁴ Estos tres aspectos del proceso de representación no se puede separar en realidad; esta separación es teórica (ver abajo).

cero. El marco de lo que es pensable acerca de la alimentación (¿Qué es comida? ¿Qué no se puede comer? ¿Cómo es una alimentación sana?) Ya es dado en gran parte. Este marco puede ser cambiado, no es estático, pero la manera en que pensaremos sobre la alimentación ya es parcialmente determinada por las representaciones socialmente compartidas e históricas.

Los tres factores (individual, objetivo y social) que caracterizan el análogo del pago con tarjeta: los tres factores del proceso de representación (ver también el triángulo ontológico, figura 1.6) siempre caracterizan cada proceso de representación y la separación de los tres aspectos es una separación teórica, no real. A pesar de esto se presenta en esta sección los factores socio-culturales y se presenta los factores individuales en la siguiente sección (5.4). En adición, se presenta únicamente el tema socio-cultural más importante del contexto rural y el tema individual más importante del contexto urbano. La razón por esto siendo que la categoría socio-cultural era la más importante en el contexto rural mientras que la categoría individual era la más importante en el contexto urbano. Es decir que los factores socio-culturales –las representaciones históricas y socialmente compartidas y experiencias socialmente compartidas- parecen tener más peso en el proceso de representación en el contexto rural mientras que los factores individuales –las representaciones individuales y las experiencias individuales- parecen tener más peso en el contexto urbano.

4.3b La cercanía cultural

En el contexto rural, los fragmentos categorizados en el tema de la cercanía cultural describen a la alimentación natural como una alimentación que refleja un sistema de interrelación en la comunidad. Esta interrelación se ha observado en el nivel familiar, social, cultural y geográfico. Es decir que el comer natural en el discurso de los informantes vincula los individuos en la familia y en la comunidad, vincula el consumidor con una historia local y cultural y crea relaciones de interdependencia con la economía local y el contexto geográfico en que viven (ver tabla 4.7).

Contexto rural	
Tema	Descripción breve
<i>La cercanía cultural</i>	Se considera como natural ésta dieta que está íntimamente vinculada con una historia y cultura local; que expresa esta cultura y que implica una interdependencia familiar, social, económica y una interdependencia con el contexto geográfico – la tierra y la naturaleza- local.

Tabla 4. 7 *El tema de la cercanía cultural (contexto rural).*

En los fragmentos de las entrevistas que se ha categorizado en el tema de la cercanía cultural los informantes describen la alimentación natural como una alimentación sobre la cual se ha aprendido en el contexto familiar y social y de la cual se reporta una variedad de memorias de la niñez:

“Natural quiere decir por ejemplo... anteriormente nosotros comemos y le puede dar un ejemplo...elote por ejemplo. Y el elote estaba recién cosechado. Yo iba a la milpa y vino a traerlo de aquí en el campo. Y la calabaza. Aquí nosotros lo cosechábamos Y el epazote” (Informante 2 entrevistas semi-estructuradas)

“Mi mama pues fue muy pobre y nos cortaba la hoja de los árboles para la comida, comimos chapulines...todo esto... pero todo muy sabroso [...] y nos enseñaba qué hacer con que, nos dijo: ¡vamos al campo! Y así no enseñaba como combinar cosas, si, cosas así” (Informante 1 entrevistas semi-estructuradas)

“Me recuerdo que mi abuelo me decía y la verdad todavía me recuerdo y a veces me da tristeza porque yo me recuerdo estos momentos muy buenos, buenísimos [...] mi abuelo me contaba que no tenían de comer y me dijo que en el tiempo de las lluvias fue una maravilla. Cortaban la fruta y se fue al campo, al cerro; la flor del champagne que es de aquí, todo lo natural...la calabacita, quelites, ¿conoce usted los quelites?” (Informante 3 entrevistas exploratorias)

Se describe la alimentación natural además como una alimentación que refleja una tradición culinaria que está vinculada con una tradición cultural local más grande. Describiendo que entienden como una alimentación natural alimentos que tradicionalmente comen en ciertas temporadas como los hongos en el otoño y las calabazas en el periodo del día de los muertos. Se describe alimentos y platos que tradicionalmente se come durante celebraciones culturales. Muchas de las

celebraciones culturales que toman lugar en la comunidad están vinculadas con el ciclo agrícola y se las podría entender como símbolos de la importancia que tiene la agricultura y la alimentación local para la comunidad. Al tiempo de sembrar el maíz, por ejemplo, se celebra el festival de maíz y al tiempo de cosechar el maíz se celebra el festival de elote. La alimentación y el ciclo agrícola no solo son la razón de estas celebraciones, la alimentación y el comer también ocupan un lugar importante en las festividades. Un aspecto de la alimentación natural por lo tanto es que está relacionada con la cultura (y la economía y la geografía) local y que expresa esta cultura:

“Es una tradición comer cosas naturales. La gente mayor, come nada más cosas naturales por tradición. Por ejemplo, en el día de los muertos vamos a comer sopa de calabacita [...] Todo esto son tradiciones que son nutritivas también. Y naturales. Y pues ahorita que vamos a cosechar frijol vamos a comer frijol y con el maíz vamos a comer maíz hervida y es una tradición” (Informante 2 entrevistas exploratorias)

“¿Conoce usted el dulce de calabaza? Pues a mí me gusta. Me gusta y es una tradición y mi abuela lo hizo, me recuerdo, con un atole blanco de masa, dulce, sin azúcar, pero al atole lo echaban chile, chile y jitomate. Y mi esposo por ejemplo... cuando nos conocimos le dijo mi abuela... ¿quieres tomar el atole blanco? Y él dijo: “¡¿Ay, cómo sabe que a mí me gusta?!” Porque el también aquí creció” (Informante 3 entrevistas semi-estructuradas)

La cercanía cultural además refiere al entendimiento de la alimentación natural desde su vínculo con la tierra y la naturaleza en que viven, desde la cercanía al proceso de producción, la cosecha (recolección) y la preparación de los alimentos. Describiendo lo que entienden como una alimentación natural los informantes describen una alimentación que está entrelazada con el contexto físico, geográfico de su comunidad. La alimentación natural, se podría decir, es una expresión de su relación con su contexto geográfico. La alimentación natural es ésta que se produce en su propia comunidad, en las milpas de los campesinos locales. Es una alimentación que es de propia producción, de huertos caseros (*e.g.* frijol, árboles de fruta, animales crecidos en su huerto). Y es una alimentación que se ha recogido de la naturaleza en su propia comunidad (*e.g.* hongos, hierbas y frutas recogidos del cerro alrededor de su comunidad). Aunque esta manera de alimentarse ha crecido de una necesidad; de una falta de recursos para comprar alimentos, se considera que es una manera de alimentarse que es “natural de la comunidad”, que es sana y que vincula varios aspectos de su vida; la vida familiar y social, su historia cultural y la tierra en que viven. Y se considera importante conservar esta manera de comer:

“Mi esposo tiene algunas vacas y consumimos también la leche. Hoy van a bajar leche. Para la semana. De las vacas que tenemos. Y yo a veces, como cada ocho días o cada quince días, mato un pollo para un caldo de pollo. Estas cosas comemos. Y el frijol; yo siembro también. Ahora lo tengo allá secando...Allá estan... estos negros” (Informante 3 entrevistas semi-estructuradas)

“Tradicionalmente la gente de aquí come cosas de la milpa ¿no? Del campo, muchas cosas del campo. Por ejemplo: calabacitas, frijol, elote. Yo tengo sembrado frijol aquí. En Tepoztlán tenemos mucho campo. Entonces se puede sembrar muchas cosas para consumirlas, cosas naturales” (Informante 1 entrevistas semi-estructuradas)

“La gente aquí siempre ha comido de la milpa ¿no? Pero esto ya se está perdiendo poco a poco...ya este...por ejemplo...las culturas anteriores, si hablamos de los años sesentas, se comió el frijol, la calabaza, los quelites, el pollo de rancho... y todo muy rico...todo...todo bueno. Pero ahorita ya no; mucha genta ya da por otra cosa. En el mercado, no sé si usted ha visto que la gente más grande que vende elote, que frijol, que calabaza, lo que la milpa da, pero ya no, ya no. Esto ya se está perdiendo y creo que es importante volver a retomar esto pues” (Informante 3 entrevistas semi-estructuradas)

La importancia de la cercanía de la alimentación al contexto cultural en se ha observado también durante la etnografía motivada. Cuando se acompañó un productor de productos animales y verduras a su campo y hablamos acerca de su producción de alimentos naturales. Él mencionó que tiene planes para empezar a sembrar tabaco en adición a los productos animales y las verduras que ahora produce. Le había llamado la atención que el tabaco es original de México; lo llamó un producto natural de México. Y dijo que lo considera importante retomar la producción y los hábitos que son naturales para ellos, como la producción y el consumo del tabaco.

Otra conversación informal que se tuvo durante la etnografía motivada también ilustra la triple contextualización de la alimentación natural (en lo familiar y social, en lo cultural y en lo físico): un informante de 80 años, al darse cuenta del hecho de que tenía un dedo enyesado, preguntó si había visto a un médico. Confirmé e implícitamente estaba bajo el supuesto de que estábamos de acuerdo sobre que es bueno pedir consulta médica cuando uno tiene un problema de salud. Pero en lugar de felicitarme dijo que en su opinión es una pena que la confianza en la medicina tradicional y natural está disminuyendo. Después vinculó la posición de la medicina tradicional y natural con otros cambios que ha visto a lo largo de su vida y en su comunidad: la alimentación antes era más natural y hoy en día es más industrializada; la vida social antes era realmente social; la gente se juntaba en el zócalo mientras que

hoy en día la gente ve televisión sola en casa. La manera de organizar la basura antes era más natural (quemar) y hoy en día los basureros arruinan los paisajes del pueblo; hoy en día, dijo, ya no se puede organizar la basura en una manera natural, porque la alimentación ya no es 100% natural y los alimentos están empaquetados en plásticos que no se puede quemar. En la conversación breve que tuvimos, el informante vinculó la alimentación con otros aspectos de la vida social y cultural y con el paisaje local; reflejando la contextualización de la alimentación natural en el contexto familiar y social, en el contexto cultural y en el contexto físico.

En la tabla 4.8 se presenta otros fragmentos de las entrevistas categorizados en el tema de la cercanía cultural.

La cercanía cultural
<i>“Unas comidas muy sabrosas que incluso me recuerdo hasta ahora. Yo me recuerdo porque trato de hacerlo con mis hijos y me recuerdo de mi mama y esto es algo que me recuerdo muy bien de ella que siempre nos dijo: tienen que comer bien. Era buena para mí, fue buena [...] y siempre comemos de la milpa. Siempre, siempre. Mi papa sembraba calabaza, el maíz, frijol, los ejotes. Y se hizo por ejemplo una sopa de elote con flor de calabaza, cosas así, muy naturales siempre”</i> (Informante 2, entrevistas semi-estructurada)
<i>“Y a veces mi mama me dijo, cuando no había otra cosa, vamos a cortar los quelites y algunas quesadillas con quelites muy ricas...y esto fue como se comía y yo me lo como todavía”</i> (Informante 2 entrevistas exploratorias)
<i>“Mi abuela tenía 12 hijos y ella creaba gallinas y los huevos...se dice ahora que son huevos de rango, ¿no? Esto fue que a mí me daba y había maíz, se sembraba y se intentaba de usar todo lo que teníamos y yo digo...pues que vida era antes, ¿no? Que se puede hacer con lo que hay. ¿Usted conoce el dulce de calabaza?”</i> (Informante 2 entrevistas semi-estructuradas)
<i>“Aquí dicen que cuando viene la temporada de lluvias estamos muy bendecidos...aquí dicen: siempre hay algo de comer. Aunque pobre dicen. Que los más pobres aunque tienen casi nada de dinero trae algo del campo...que los quelites, que no sé qué”</i> (Informante 3 entrevistas semi-estructurada)

Tabla 4. 8 *Fragmentos de las entrevistas categorizados como la cercanía cultural (contexto rural).*

De los fragmentos categorizados como la cercanía cultural se manifiesta una representación de la alimentación natural que expresa una historia y una vida familiar, social y cultural. La categoría socio-cultural de la cercanía cultural corresponde con el tema de la alimentación de la milpa en la categoría de las prácticas. Se podría argumentar que la alimentación de la milpa describe la práctica y la cercanía cultural describe el arraigo que tiene esta práctica en el contexto social, cultural y físico.

En adición, la alimentación de la milpa y su contextualización contrasta con las ambiciones económicas y el proceso de modernización del que, se podría argumentar, son un símbolo. Es decir que la alimentación natural en el contexto rural parece obtener significado en este campo marginal entre el contexto socio-cultural y físico tradicional y el contexto de la modernización. La manera de entender lo natural pone énfasis en la identidad y la organización social original o tradicional. La manera de entender lo natural ubica y mantiene la alimentación en un sistema social, cultural y económico más grande e intenta mantener este arraigo de la alimentación. La modernización y los cambios en la alimentación asociados con la modernización simbolizan, se podría argumentar, la pérdida de este sistema, esta interdependencia y este arraigo. Este significado de lo natural en el contexto rural tal vez se pueda entender mejor en la luz del concepto del contexto tradicional del conocimiento. De acuerdo con este concepto, y de acuerdo con la teoría de las representaciones sociales, el proceso de conocimiento en los contextos tradicionales se enfoca principalmente en el mantenimiento de un sistema socio-cultural y de una vista al mundo; más que en describir algo “verdadero” sobre el objeto de conocimiento. Otra manera de entender la contextualización del conocimiento en este contexto es a la luz de la importancia de los retos prácticos que guían el proceso de conocimiento cotidiano. Como se ha discutido en el capítulo 1, el conocimiento del sentido común –contrario al conocimiento científico- sirve muy explícitamente para navegar el campo de los retos de la vida cotidiana. Hemos visto que la comunidad del contexto rural de este estudio tiene una larga historia de confrontaciones entre la tradición y la conservación de un lado y la modernización y el cambio de otro lado. Y esto, se podría argumentar, aplica a muchos contextos (semi) rurales en México; existe una fuerza hacia la modernización de un lado y una fuerza hacia la conservación de las tradiciones y la cultura tradicional de otro lado. Este reto, el balance entre la modernización y la tradición parece influir en el entendimiento de la alimentación natural de los informantes rurales.

4.4 Individual: El comer y el ser (contexto urbano)

4.4a La importancia del comer y el ser

El comer siempre toma lugar dentro de un marco histórico y socialmente compartido que ha definido para nosotros lo que podemos comer (las vacas sí, pero los gatos no) cuando se come (tres veces al día) y que se come en qué momento (los huevos para el desayuno y los platos fuertes para la comida). Estos marcos preceden las cogniciones; las experiencias, las creencias y los valores individuales acerca del comer; estos marcos sociales ya existen en el mundo en que nacemos y tomamos estos marcos como puntos de partido cuando pensamos en el comer; estos marcos determinan por gran parte lo que es pensable para nosotros acerca de la comida. Estos marcos se podrían considerar un ejemplo de los factores socio-culturales que influyen en el comer.

En adición a estas influencias socio-culturales que no dependen de la agencia individual, existe esta agencia también. Aunque frecuentemente la gente tiende a comer lo que es normal culturalmente hablando y aunque frecuentemente la gente adulta sigue comiendo lo que siempre se comió en su familia de origen, los individuos también tienen sus experiencias propias que les llevan a sus cogniciones, ideas, creencias e ideas propias y que, en su turno, les llevan a sus propios hábitos alimenticios. El factor individual aborda estas influencias individuales en el comer.

Como se ha discutido en los capítulos 1 y 2, los factores individuales que influyen en el comer se encuentran en el centro de atención psicológica social. Un enfoque no exclusivo pero sí importante de las investigaciones psicológicas sociales acerca del comer es el enfoque sobre las actitudes individuales hacia el comer. Estos estudios también consideren los factores sociales como las normas sociales acerca del comer, pero el enfoque en estos casos es sobre las *percepciones individuales* de estas normas y cómo influyen en las intenciones individuales. Este enfoque sobre los factores individuales que influyen en el comer es importante porque es cierto que no somos marionetas de un sistema sociocultural y un sistema de factores estructurales (*e.g.* disponibilidad); influimos en estos sistemas y aunque mucho de nuestro comer está determinado por factores que no dependen de nuestra agencia individual al final de cuentas nosotros somos los que llevamos la comida a la boca.

Como se ha discutido en la sección 4.3, en el contexto rural el factor socio-cultural era más importante que el factor individual en términos de la cantidad de

datos categorizados como tal. En el caso del contexto urbano esto es al revés; el factor individual es más importante que el factor socio-cultural. Por esta razón se discute en esta sección los temas que se ha categorizado en el factor individual en el contexto urbano. Los temas recurrentes que fueron juntados en la categoría individual son el *comer y el ser*, *los eventos de la vida* y *la actitud individual* (ver tabla 4.9). De éstos el tema del *comer y el ser* es el tema más importante, el tema central.

Tema	Descripción breve
<i>El comer y el ser</i>	Una concienciación al nivel individual de que el comer está vinculado con el estado de ser. Esta conciencia tiene un nivel moral, un nivel de la salud y de la calidad de vida.
<i>Los eventos de la vida</i>	Eventos importantes en la vida que marcan un antes y después en el comer. Antes no se tenía una conciencia en particular acerca del comer, después de tiene la conciencia acerca de la relación entre el comer y el ser.
<i>Actitud individual</i>	La idea de que el comer bien requiere un esfuerzo y una involucración por parte del consumidor

Tabla 4. 9 *Los temas recurrentes en la categoría Individual de las entrevistas (contexto urbano).*

4.4b El comer y el ser

Los fragmentos categorizados como el comer y el ser describen la concienciación, al nivel individual, de que el comer está íntimamente vinculado con el estado de ser. Los informantes perciben que la opción para la alimentación natural es una opción para reconocer el vínculo que existe entre el comer y el ser. En la percepción de los informantes este vínculo ha existido en tiempos pasados, pero ha sido perdido con la industrialización de la producción de alimentos (ver también la estructura narrativa del análisis SKAD; apéndice I). Se refiere a este vínculo entre el comer y el ser en dos niveles: En primer lugar a un nivel literal o moral en el cual se entiende que los alimentos que se consume se cambian en nuestros cuerpos y estados psicológicos y por lo tanto, los alimentos que se consume tienen que pasar un examen moral: ¿queremos o no **ser** este alimento?

“En realidad... la alimentación no fue el motivo porque yo por ejemplo como así. Yo más bien me fui por otra cosa. Que tiene que ver algo conmigo mismo, con mi persona, que fui por otras cosas y esto me obligaba a cambiar mi dieta; que yo tenía un deseo, o una

búsqueda, un encuentro conmigo mismo, todas estas cosas, y resultó que tenía que comer de manera diferente y dije que pues bien....si tengo que hacerlo, pues no hay problema, lo hago. [...] Mi motivo fue buscar otra forma de ser, algo que no me dejaba estar al gusto si no lo encontraba ¿no? Y cambiar la alimentación fue un resultado, como un efecto colateral. [...] No lo puedes separar. No puedes separar la alimentación de lo que vives, no puedes separar la alimentación de lo que eres, no puedes separar la alimentación de lo que amas ser o lo que quieres ser o no puedes separar la alimentación de la sociedad en que vivimos porque resulta que tu alimentación eres tú, y tú eres tu alimentación” (Informante 1 entrevistas semi-estructuradas)

“La semana pasada vi a una chica de catorce años que tenía mucho, mucha flema y toz y así, y estaba comiendo una pizza con harina refinada y un bebida láctea y le dije: pues oye si tienes gripa no te comas las harinas refinadas y los lácteos porque esto te da mucho mojo no? Y me dijo que como que no y como que esto y esto. Entonces allí ves una desvinculación enorme ¿no? De....este alimento....pues los alimentos son tus células, van a ser los células que forman tu cuerpo, tus emociones, tu corazón, y hay mucha desvinculación” (Informante 3 entrevistas semi-estructuradas)

En segundo lugar se refiere al vínculo entre el comer y el ser en un nivel de la salud y la calidad de vida. En este nivel se entiende que la manera de acercar la alimentación debe de ser principalmente desde su efecto en la salud y no principalmente desde su sabor o el gusto. Los informantes expresan la idea de que la alimentación convencional (industrial) moderna sirve para obtener una satisfacción al corto plazo; para disfrutar sabores fuertes y para llenarse. Estos alimentos artificiales se consideran como “entidades externas” desvinculadas del estado de ser. Tienen un valor moral aquietado, se lo consume afuera de un marco de la preocupación por la salud. Expresan que esta idea del comer por el gusto está cambiando en personas que obtienen una conciencia acerca del vínculo entre el comer y el ser. Además expresan la idea de que hace mucho tiempo atrás; antes de la industrialización de la alimentación este vínculo entre el comer y la salud y el comer para la salud existía, pero que se lo ha perdido con la industrialización del mercado alimentario. La visión que se tiene del vínculo entre el comer y la salud y la calidad de vida es una visión holística en la cual se percibe una interrelación entre varios aspectos de la vida como el estilo de vida, el ritmo de la vida, eventos de la vida, la alimentación entre otros. Esta visión holística se ve en los resultados de la asociación de palabras también en la cual se asoció la alimentación natural con el comer y el ser en terminos de un bienestar mental, espiritual y físico (ver tabla 4.10). En el contexto rural este tema únicamente incluyó las palabras “sano”, “nutritivo”, “menos obesidad” y “menos enfermedades”.

Tema	Entradas
<i>El comer y el ser</i>	<p>Mejor vida, cuerpo, calidad de vida, longevidad, mejor para el cuerpo, buena condición física, más años de vida, belleza, buena figura, larga vida, control de peso, salud integral, delgado, sano, nutritivo, mejora la digestión, fácil de digerir, estomago buen equilibrado, menos cáncer, menos sobrepeso, cáncer, enfermedades, fortalecer defensas</p> <p>Balance, armonía, bienestar, equilibrio, mente, vida, mejor vida, felicidad, alegría, calidad de vida, energía, prosperidad, respiración relajación, descanso, meditación, yoga, tranquilidad, salud integral, salud mental</p>

Tabla 4. 10 *El tema el comer y el ser en la asociación de palabras que coinciden con la visión holística en la salud que fue expresada en las entrevistas.*

El segundo nivel en que se entiende que somos lo que comemos, el nivel de la salud y la calidad de vida aparecen en las siguientes citas de las entrevistas:

“Yo ya llevaba la dieta vegetariana desde que tenía 17 años, pues ya vinculaba mi alimentación con el aspecto de la salud, porque yo no entiendo una persona desvinculada con lo que se come. Para mí es como básica esta relación” (Informante 3 entrevistas exploratorias)

“Por ejemplo te vas al médico y te dice: ¿qué pasa, qué tienes, qué te duele, no? Y te doy algo, pero por mucho tiempo atrás así no era la consulta ¿no? La consulta fue: ¿qué comes, cómo duermes, cómo te sientes, contenta, triste, cómo es tu estilo de vida? Toda una serie de triangulación y al final: tu síntoma. Pero el médico se estaba dando una idea de cómo era tu salud a partir de lo que tú estabas platicando y la comida era fundamental, ¿no?” (Informante 3 entrevistas semi-estructuradas)

“Mis papas se murieron de ataques cardiovasculares y hace cincuenta años esto [la alimentación sana] no fue un tema. El tema fue comer y estar contentos ¿no? Y ahora el tema es estar contento, pero ver que comes ¿no? [...] me parece que los restaurantes todavía no tienen su enfoque en la salud sino más bien en el apatito, en el placer y el gusto. Me parece que en los restaurantes se cocina con mucha sal, con mucha grasa, con poca fibra, pero pocito a pocito voy viendo lugares en donde la variedad de platos que se ofrece incluye platos con frutas y verduras ¿no? Básicos ¿no?” (Informante 1 entrevistas semi-estructuradas)

“La comida no nada más es una entidad por allí.... y no puedes comer una docena de tacitos de canasta sin que tiene consecuencias, ahora... este... la gente se hace cuenta de que su cualidad de vida está relacionada con lo que se come” (Informante 1 entrevistas exploratorias)

Estas citas, en adición a arrojar luz sobre el entendimiento que se tiene de la relación entre el comer y el ser, ilustran la diversidad de información en la cual se funda la representación del grupo urbano: se refiere a información científicamente fundada, a información respecto de una vista al mundo más holística (contraria a la medicina occidental) y se refiere a información sobre el moral y la ideología. Podría argumentarse que esta diversidad de información refleja el contexto “destradicionalizado” de representación (ver sección 1.3): un contexto moderno con un flujo constante de información que dentro de la teoría de las representaciones sociales se asocia con la dinámica de la representación social como el proceso de conocimiento común. Se extenderá más sobre estos contextos de conocimiento (tradicional en el caso del escenario rural y destradicionalizado en el caso del escenario urbano) en el capítulo de las conclusiones (capítulo 5).

4.4c La actitud individual

El segundo tema recurrido en la categoría individual, la actitud individual, describe la idea de que el comer y la elección de una dieta en particular como la natural es, al final de cuentas, una responsabilidad individual que depende de la actitud¹⁵ de la persona. Esta idea implica que el comer saludable y el comer natural requieren una concienciación y un esfuerzo del lado del consumidor que no puede ser impuesto totalmente por –por ejemplo- otras personas, el gobierno o la educación:

“Yo como así [alimentos naturales], pero mis hijos no. Y yo no tengo ningún reclamo, pero creo que el hecho de....mejorar la calidad de vida es algo personal. Es algo personal y yo creo que durante el tiempo....mis hijos son jóvenes y la alimentación es algo que no se puede...no se puede imponer ¿no? No creo que es algo que se puede imponer yo creo

¹⁵ El significado que tiene el término “actitud” en esta discusión de los resultados va más en el sentido popular que en el sentido psicológica social. De acuerdo con el diccionario de la *Real Academia Española* la definición que se ocupa es cerca de “disposición de ánimo manifestado de algún modo”

que es algo que con el crecer en la vida es algo que puede cambiar” (Informante 1 entrevistas semi-estructuradas)

Aunque el nivel de conocimiento científicamente fundado, las políticas alimenticias y la economía pueden tener una influencia importante en la actitud hacia la alimentación y el cambio en los hábitos alimenticios, se percibe que es la actitud individual que, al final de cuentas, determina los que se come:

“No puedo pedir a la gente que solo por su conciencia que consuman productos orgánicos cuando una comida orgánica les cuesta 50, 60 pesos y una torta les cuesta 18 pesos; pues se le va a comer la torta ¿no? No hay forma allí, porque no se trata de ver las cosas nada más con la cabeza, sino con el bolsillo ¿no? [...] Pero lo importante si es que la gente, aunque no alcance para comprar lo orgánico, pero que sepa realmente que está en juego [...] ¿de qué manera puedo acceder a una mejor alimentación? Y a la mejor no sea orgánica pero si me opuesto contra de la industrialización y la producción de los transgénicos. O si voy a la marcha tal o si escribo.....no sé leo la etiqueta de la mayonesa que compré” (Informante 3 entrevistas semi-estructuradas)

“El problema no es la economía, porque la economía...pues es más caro comprar un antibiótico que comprar un alimento [...]yo creo que ya toda la gente que está un poco pasado de peso ya sabe que está comiendo mal. Entonces ya hay información. Lo que se necesite es el cambio de la gente; al nivel personal” (Informante 2 entrevistas semi-estructuradas)

Las 8 palabras que se categorizó en el tema de la actitud individual en la asociación de palabras refieren un esfuerzo y una involucración que se asocia con la alimentación natural (ver tabla 4.11).

Tema	Entradas
<i>Actitud individual</i>	Sacrificio, resultados, perseverancia, constancia, buen rendimiento, cuidado, buena actitud, voluntad

Tabla 4. 11 *El tema actitud individual en la asociación de palabras (contexto urbano).*

4.4d Los eventos de la vida

El tema sobre los eventos de la vida es el tercer tema recurrente dentro de la categoría individual en el contexto urbano. Este tema refiere a eventos importantes en la vida de los informantes que cambiaron su perspectiva a la alimentación y sus hábitos alimenticios y a partir de los cuales empezó su compromiso con la alimentación natural. Dos de los informantes en las entrevistas exploratorias y los 3 informantes de las entrevistas semi-estructuradas marcaron este compromiso a la alimentación natural y los cambios en su alimentación con un evento en particular como una enfermedad o el nacimiento de hijos. Durante las entrevistas exploratorias los tres informantes además reportaron que una enfermedad (grave) es un motivo común que tienen clientes de tiendas naturistas para comprar alimentos naturales.

Los eventos que se han descrito en las entrevistas son una búsqueda espiritual, una enfermedad, el embarazo y la responsabilidad para la salud de sus hijos:

“La alimentación no fue el motivo porque yo por ejemplo como así. Yo más bien me fui por otra cosa. Que tiene que ver algo conmigo misma, con mi persona que fui por otras cosas y esto me obligaba a cambiar mi alimentación. Que yo tenía un deseo, o una búsqueda, un encuentro conmigo mismo, todas estas cosas” (Informante 1 entrevistas semi-estructuradas)

“Por experiencia propia [que empezó su interés en la alimentación] y porque me dio cuenta de que afecta en la salud lo que comemos. Afecta mucho en la salud [...] Entonces una vez, cuando yo estuve con alguna enfermedad, decidí curarme así y ya no tomar nada de antibiótica y me di cuenta de sí, que si funcionaba” (Informante 2 entrevistas semi-estructuradas)

“Pero entonces a partir de mis embarazos empecé a ver: pues ¿qué estoy dando a mis hijas, no? Y los hormonas y todo esto y ¿cómo lo evito? Y empecé a meterme más personalmente ¿no?” (Informante 3 entrevistas semi-estructuradas)

Interpretando el discurso de los informantes, se podría postular que la conciencia el comer y el ser y la actitud individual son –por lo menos en la narrativa de los informantes- una consecuencia de estos eventos de la vida (ver figura 4.1). Es decir que como resultado de estos eventos de la vida podría haber empezado una

concienciación acerca de la importancia de la alimentación, la elección de alimentos específicas como los alimentos naturales, una actitud distinta hacia el comer; el tener la perseverancia y la voluntad, el hacer los sacrificios necesarios para no comer por el gusto sino comer por la salud, la calidad de vida y una manera de ser.

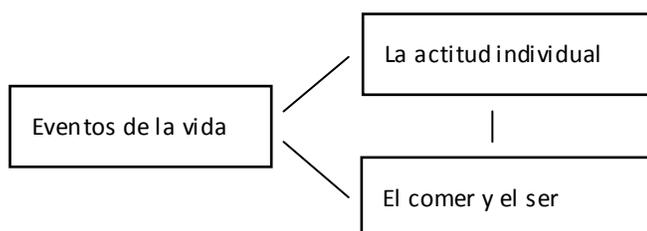


Figura 4. 2 *Una conceptualización de la relación entre los temas recurridos en la categoría individual (contexto urbano).*

Resumiendo los temas recurrentes que fueron juntados en la categoría individual se señala primero que en el contexto urbano la categoría individual era la más importante en términos de la cantidad de datos categorizados como tal. Uno de los temas en esta categoría describe que eventos importantes y “únicos” en las vidas de los informantes establecieron un antes y después. Un antes en el cual no se tuvo una conciencia específica acerca de la alimentación y en el cual no se tuvo hábitos alimenticios específicos. Y un después en el cual sí se tiene esta conciencia y estos hábitos. Otro tema en la categoría individual describe esta misma conciencia; la conciencia acerca del vínculo que existe entre el comer y en ser en términos morales, de salud y de calidad de vida. Se contrasta este comer y el ser con el comer por el gusto. El último tema en la categoría individual es la actitud individual que expresa la idea de que se necesita hacer un esfuerzo para comer por la salud y no comer por gusto. En este tema además se expresa la idea de que, al final de cuentas, la alimentación depende de esta actitud y no de los factores estructurales (*e.g.* política, industria). La centralidad de los factores individuales en el discurso de los informantes urbanos indica que para este grupo el comer y la alimentación natural están cerca del auto-concepto, cerca de la identidad individual; a diferencia del discurso de los informantes rurales en el cual el comer y la alimentación natural están más cerca de la identidad socialmente compartida en su comunidad.

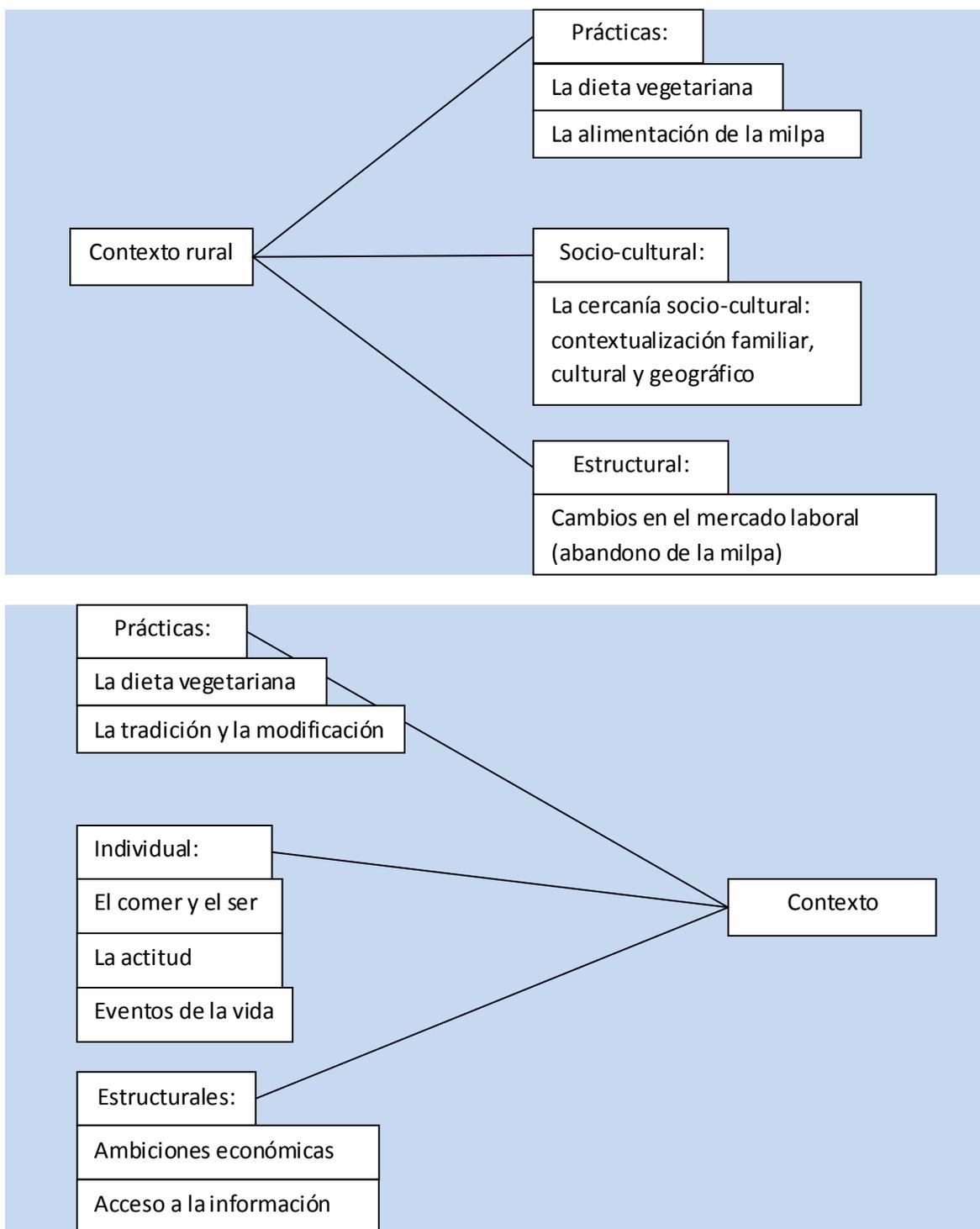


Figura 4.3 *Categorías y temas en el proceso de conocimiento común de la alimentación natural (contexto rural y urbano).*

Capítulo 5

5. Conclusiones

5.1 Representaciones sociales versus representaciones colectivas

Las primeras conclusiones a las cuales podríamos llegar respecto de la representación de la alimentación natural en estos dos contextos están relacionadas con la distinción entre las representaciones sociales (Moscovici, 2001; 1961/2008) y las representaciones colectivas (Durkheim, 1898/1974). Y entre los contextos de conocimiento tradicionales y destradicionalizados (Jovchelovitch, 2001; 2007). El proceso de representación en el contexto rural, podríamos concluir se parece más al proceso de conocimiento que describió Jovchelovitch (2007; 2001) como el proceso típico de las esferas públicas tradicionales. El proceso de representación en el contexto urbano, podríamos concluir, se parece al que describió Jovchelovitch como el proceso típico de las esferas públicas destradicionalizadas, o al proceso de conocimiento que toma lugar en lo que Moscovici llama “las sociedades pensantes” (Moscovici, 2001). Consecuentemente el conocimiento resultante de estos procesos es distinto: en el contexto rural, el conocimiento de la alimentación natural está más cerca al concepto de las representaciones colectivas. El conocimiento en el contexto urbano está más cerca al fenómeno de las representaciones sociales:

El fenómeno de las representaciones sociales (Moscovici 2001; 1961/2008) está lingüísticamente y teóricamente cerca al concepto de las representaciones colectivas de Durkheim (1989/1974). El proceso, las características y la función de las representaciones colectivas dieron inspiración a Moscovici cuando empezó a construir la teoría de las representaciones sociales. Eligió reemplazar el término “colectiva” por el término “social” sin embargo y la diferencia entre estos adjetivos representa diferencias teóricas y conceptuales que en este caso son importantes en la interpretación de los resultados de este estudio.

El cambio de colectiva a social refleja una teorización distinta acerca del proceso a través de cual se desarrolla el conocimiento: parafraseando Moscovici podemos decir que lo que antes era un concepto hoy es un fenómeno (Moscovici, 2001, p. 4): Las representaciones colectivas se pueden entender como conceptos que son estables y resistentes al cambio. Implican un proceso de conocimiento que se

encuentra –por gran parte- fuera de la agencia individual o social. Se entiende a estas representaciones como objetos externos y omnipresentes; existen y circulan en el mundo social y no son sujeto a cambio o a discusión. Dan sentido a los objetos en nuestro mundo social y en este sentido se imponen en nosotros; la influencia entre la representación de un lado y el individuo o el grupo social de otro lado va de la primera hacia los últimos y es unidimensional. La alimentación como una representación colectiva es un objeto que no se cuestiona y que no se debate; que tiene su significado fosilizado que se ha concretizado en todas las ideas, las prácticas, los rituales, los conocimientos; en toda la interacción que se tiene con la alimentación.

La alimentación como representación colectiva se parece, se podría decir, a las ideas y las prácticas que tenía mi abuela. A pesar de los cambios importantes que ocurrieron en el mercado alimentario durante su vida (*i.e.* debido a la industrialización) ella siguió comiendo lo que siempre había comido a lo largo de su vida: una dieta con base en pan, papas, carne, lácteos y verduras. Y siguió comprando sus alimentos donde siempre los había comprado y donde lo compraron sus padres: El pan del panadero que era amigo de la familia. La carne en la carnicería donde trabajó mi abuelo, las verduras y las frutas en la frutería de conocidos. A mi abuela no le importaban mucho mis comentarios acerca del debate público sobre el vegetarianismo o acerca del daño potencial de los productos lácteos. No le importaban los cambios en el mercado alimentario y el hecho de que era más fácil, más rápido y menos costoso comprar todo en un solo lugar: el supermercado. Para ella la lealtad con sus amigos, vecinos y conocidos era más importante que los argumentos prácticos y más importante que el debate científico/público sobre la relación entre la alimentación y la salud. A mi abuela no le importaban los cambios en las prácticas alimentarias de la gente joven. Cuando le hablaba de los productos nuevos e internacionales disponibles en los supermercados simplemente levantó los hombros y siguió comiendo su dieta de siempre. Su conocimiento sobre la buena alimentación no se ajustó a mi introducción de ideas y pensamientos nuevos resultados de una exposición a fuentes modernas de todo tipo de información. Su representación de la buena alimentación se permaneció estable, incambiable, como una estatua, como una ancla de la cual podría agarrarse, que le daba seguridad y estabilidad y que enfatizó sus vínculos sociales.

Las representaciones sociales por otra parte no se entienden como conceptos estables sino como fenómenos dinámicos: la influencia entre las representaciones sociales de un lado y los individuos y los grupos sociales de otro lado es multidireccional. Las representaciones sociales existen en el mundo social en que

nacemos y en este sentido se imponen en nosotros: cuando empezamos a pensar y dar significado al mundo en que vivimos no empezamos desde cero, sino las representaciones que existen y circulan en nuestro mundo social ya han determinado, por gran parte, lo que es pensable para nosotros. Al mismo tiempo, sin embargo, los individuos y los grupos sociales influyen y cambian las representaciones: la alimentación como representación social, se podría decir, se parece de un lado a la representación colectiva de mi abuela: se ha mostrado que las prácticas alimentarias son relativamente resistentes al cambio (Patrick & Niklas, 2005) y en el contexto social de mi abuela, los alimentos que ella comió siguen siendo una parte importante de la dieta de la gente joven que hoy en día vive en este contexto; complementado con otros productos, prácticas e ideas. De otro lado, se podría decir, la alimentación como representación social es el debate público que existe sobre la alimentación y la influencia que tiene en las prácticas. Respecto a esto Michael Pollan habla del “trastorno colectivo de la alimentación”¹⁶: Los alimentos disponibles (en el mundo occidental) son más seguros que nunca y existe más conocimiento científico e información sobre la nutrición disponible al público general que antes. A pesar de esto, parece que nos sentimos más inseguros que nunca sobre qué es bueno para comer (Pollan, 2006). El objeto de la buena alimentación está sujeto a cambios constantes debido precisamente a este flujo de información y debate sobre la alimentación. La alimentación como representación social es esta estatua y esta ancla que era para mi abuela, pero es una estatua en la cual siempre estamos trabajando: puliéndola, cambiándola, perfeccionándola, cambiando su color. Es un ancla, pero un ancla que cambiamos de posición frecuentemente. Un día llegamos a y anclamos nuestro barco en una ciudad, otro día en otra.

Estos cambios teóricos –de un concepto a un fenómeno; de las representaciones estables a las representaciones dinámicas- están debidos, según Moscovici (y otros después de él: *e.g.* Jovchelovitch, 2007; 2001) al cambio de las sociedades tradicionales de la época de las representaciones colectivas a las sociedades modernas de la época de las representaciones sociales: la época “colectiva” o los lugares “colectivos” se caracterizan por una relativa ausencia de intercambio de ideas sociales; el poder representacional, quienes determinan como se da significado al mundo social, es centralizado. En la época colectiva eran los reyes y los líderes religiosos quienes tenían el poder de “decir la verdad” y no se tendía a cuestionar esta

¹⁶ Pollan refiere a los consumidores estadounidenses. Se podría argumentar sin embargo que un proceso similar de “sobre-exposición” a la información acerca de la nutrición toma lugar en otros contextos modernos.

verdad. La época “social” y los lugares “sociales”, por otra parte, se caracterizan por un proceso continuo y rápido de intercambios de ideas. Los medios modernos de comunicación como la televisión y el internet facilitan este proceso de comunicación e intercambio de ideas nuevas. Relacionado al acceso a la información, el poder representacional está, en estos tiempos y espacios de conocimiento, descentralizado: en la sociedades modernas, antes de ir a una consulta con una especialista de la nutrición, podemos consultar una casi infinita base de información acerca de la nutrición: Podemos buscar información relevante en el internet, podemos leer libros sobre la nutrición y ya familiarizarnos con el discurso que va a ocupar la especialista. Cargando esta información no necesariamente vamos a creer todo lo que nos dice la especialista, porque nosotros también nos hemos vuelto especialistas. En los lugares de representación social todos podemos ser especialistas. Por lo tanto, en las sociedades modernas, nos encontramos en un proceso continuo de negociación, de producción y de cambio de las representaciones, del conocimiento. En el tiempo y en los lugares de las representaciones colectivas las iglesias, los palacios y los edificios gubernamentales son los centros de producción de conocimiento y el conocimiento está enredado con el sistema social, las prácticas, los rituales, las costumbres y las expresiones culturales que caracterizan este sistema social. En las sociedades modernas la producción de conocimiento social toma lugar “en las calles, en las oficinas, en los hospitales, en los laboratorios etcétera” donde “la gente analiza, comenta y trama “filosofías” espontáneas no oficiales que tienen un impacto decisivo en sus relaciones sociales, su elecciones, en la manera en que crece sus hijos, en la manera en que planea etcétera” (Moscovici, 2001, p. 30; traducción mía).

Jovchelovitch (2007; 2001), basándose en Habermas, ocupa los términos de *la esfera pública* o *el espacio público* cuando habla de estos lugares de producción de conocimiento social y arguye que las representaciones colectivas se establecen en los espacios públicos tradicionales mientras que las representaciones sociales se establecen en los espacios públicos destradicionalizados. Según esta autora podemos entender y hacer justicia a las diferencias fundamentales en el conocimiento social (que se encontró en este estudio) si consideramos las características distintas de las esferas públicas tradicionales y destradicionalizadas. Las representaciones colectivas, elaboradas en espacios públicos tradicionales, son tipos de conocimiento cotidiano compartidos por todos los miembros de una comunidad que operan como una fuerza vinculante. Su producción se caracteriza por una asimetría social fuerte y las representaciones colectivas se unen en y dependen de los rituales. Las condiciones de cambio de las representaciones colectivas son limitadas. Las representaciones colectivas son un tipo de conocimiento resistente a la experiencia, la argumentación y la prueba de la lógica. Lo que es importante, quizás lo más importante, para las

representaciones colectivas son los vínculos sociales y el valor subjetivo de estos. Es decir que la representación colectiva es un proceso de conocimiento que pasa por una mediación social; lo importante en el proceso de representación colectiva es la solidaridad social y el mantenimiento del sistema social existente; todo el conocimiento en el sentido representacional colectiva pasa por esta mediación: En los espacios tradicionales se invoca el poder y la dimensión afectiva de los vínculos sociales para (re)producir este conocimiento que sirve para la continuación del estilo de vida establecido. En este sentido podemos entender el conocimiento común que tenía mi abuela acerca de la buena alimentación. Las fuentes diversas de información o el conocimiento oficial acerca de la nutrición no eran lo más importante para ella. La manera en que conocía la buena alimentación era integrada en un sistema más grande social.

Las representaciones sociales, elaboradas en esferas públicas destradicionalizadas, son un tipo de conocimiento cotidiano que es multifacético y que refleja la cantidad de información accesible a la gente en dichas esferas públicas. Son un tipo de conocimiento que siempre está sujeto al cambio. En lugar de tener la función principal de integración social, se podría decir que la función principal de la representación social es “familiarizarse con lo desconocido”: debido a la introducción continua de información nueva acerca de la alimentación, este objeto sigue volviéndose “nuevo” y desconocido; toda la información nueva a la que está expuesto el representador social, tiene que ser integrado en su sistema de conocimiento y de esta manera este sistema de conocimiento sigue cambiando en la luz de la nueva información.

Basándose en estas separaciones teóricas entre las representaciones colectivas y sociales y entre las esferas públicas tradicionales y destradicionalizadas podemos llegar a un entendimiento más profundo del conocimiento cotidiano que tienen los informantes del contexto rural y urbano de la alimentación natural. Un entendimiento que indica que el conocimiento que tienen estos grupos no se distingue (solamente) en términos de más o menos; en términos de cantidad de un conocimiento similar, verdadero (científicamente fundado) sino que los procesos y contenidos de conocimiento son cualitativamente distintos y dependientes del contexto de conocimiento y los objetivos (sociales) que están detrás del conocimiento.

Podríamos entender a los informantes del contexto urbano de este estudio como miembros de “las sociedades pensantes” de Moscovici, o de miembros de una esfera social destradicionalizado de Jovchelovitch; estos informantes pertenecen a en

un espacio geográfico moderno; han sido educados en institutos educativos modernos con un estilo educativo democrático, en los cuales, un aspecto importante de formación es la capacidad de pensamiento crítico e independiente¹⁷. Pertenecen a una esfera pública que se caracteriza por un flujo continuo de información acerca de la nutrición: los informantes de este estudio hicieron referencia a libros que habían leído sobre, por ejemplo, la industria alimentaria, la influencia que tiene en nuestro comer y en el cambio climático, sobre la producción de carne y otros asuntos políticos y sociales relacionado con la alimentación. Hicieron referencia a documentales sobre la alimentación que habían visto; como el documental *Food Inc.* que se trata de las diferencias entre la agricultura tradicional (natural) y la industria alimentaria de gran escala. Hicieron referencia a información que buscaron en el internet sobre dietas específicas como la dieta macrobiótica. Por lo general, y contrario a los informantes del contexto rural, hablaban sobre la alimentación natural haciendo referencia a *la información*. Se usó una gran cantidad y variedad de información para llegar a su entendimiento de lo que es la alimentación natural y parece que se considera la información como una condición necesaria para poder comer. En el contexto rural (ver abajo) el comer se basa, se podría decir, en la práctica histórica y en un sistema social de interdependencia; en el contexto urbano el comer se basa, en la información.

En adición a cambiar la base del conocimiento alimentario (de la práctica a la información) el flujo de información y la democratización del proceso de conocimiento han influido, se podría argumentar, en el aspecto multifacético del conocimiento social en este contexto: En este sentido la representación en el contexto urbano refleja el proceso representacional moscoviciano y sostiene la diferenciación que estableció Moscovici entre las representaciones colectivas y las representaciones sociales. La representación social en el contexto urbano forma un sistema complejo de ideas, conocimientos científicamente fundados, conocimientos influidos por la tecnología, prácticas, ideología y moral. Este sistema representacional además sirve como una guía para la relación que se establece con otros grupos; con otras representaciones. Facilita la creación de fronteras entre grupos y, relacionado con esto, tiene una función identitaria para los informantes urbanos. En lo siguiente se describirá e interpretará estos aspectos del conocimiento común en el contexto urbano intentando demostrar que el conocimiento en este contexto se caracteriza por una dinámica representacional social: que es multifacético, que contiene aspectos

¹⁷ No se ha informado sobre los institutos en los cuales estudiaron los informantes de las entrevistas. Sin embargo, cinco de los seis informantes del contexto urbano tenían por lo menos el grado de la maestría y la población de esta parte de la Ciudad de México se caracteriza por su educación en institutos educativos modernos y de alta calidad.

contradictorios y que se caracteriza por una influencia relativamente grande de la agencia individual.

5.1a Contexto Urbano

Ideas, conocimientos “científicos” y la tecnología

Los informantes del contexto urbano, en su discurso sobre la alimentación natural expresan ideas sobre la tecnología que se contradicen entre sí: de un lado, la tecnología es opuesto a la alimentación natural: los pesticidas, las sustancias sintéticas etcétera hacen que los alimentos se vuelvan más artificiales. De otro lado, lo más natural para los informantes en el contexto urbano es lo artificial. Describiendo la alimentación natural frecuentemente refieren a los alimentos modificados, a los alimentos que han pasado por una procesión tecnológica como los productos bajos en grasa, los productos “light”, sin azúcar, o productos con vitaminas u otras sustancias añadidas (ver sección 4.1d). Los productos más naturales son los productos que se han modificado para quitar las sustancias “malas” (grasa, azúcar) y/o para añadir las sustancias “buenas” (vitaminas, calcio).

Estas ideas acerca de la alimentación natural, podría decirse, demuestran una mediación de las experiencias con alimentos “tecnificados”, de conocimientos tecnológicos y conocimientos científicos. Es decir que en estas definiciones y preferencias se puede observar la influencia del flujo de información científica y tecnológica y una naturalización de esta información en el sentido común: el entendimiento que tienen de lo natural incluye, de un lado, lo original y lo no modificado. De otro lado parece que la modificación de los alimentos se ha vuelto “natural” para este grupo de consumidores. Podría argumentarse que la exposición a productos modificados y el flujo de información sobre la tecnología en este contexto urbano ha dado pie a la definición de los alimentos necesariamente procesado como “naturales”

La mediación de los conocimientos científicos es evidente a partir de las ideas que parecen estar detrás de la preferencia por estos alimentos modificados. Los alimentos a los que refieren los informantes como naturales son alimentos de los cuales se ha quitado las sustancias que comúnmente se consideran como “malas” (*e.g.* azúcar, grasa) o a los cuales se le ha añadido sustancias que comúnmente se consideran como “buenas” (*e.g.* vitaminas, calcio). Respecto de estas definiciones de lo natural y lo sano Rozin y sus colegas (1997) han demostrado que consumidores comunes (en los Estados Unidos) tienden a pensar en términos de categorías opuestas (*i.e.* bueno-malo) al juzgar la calidad nutritiva de los alimentos y las dietas. Sus

informantes no tomaron en cuenta la importancia de la dosis con que se consumen alimentos o nutrientes y consideraron, por ejemplo, que una pequeña cantidad de un alimento “malo” como la grasa animal era más dañosa que una cantidad grande de un alimento “bueno” como la grasa vegetal. Esta tendencia de oponer lo bueno y lo malo sin tomar en cuenta la importancia del balance entre todos los nutrientes se podría considerar como una aplicación simplificada del conocimiento científico: Es cierto que la ciencia ha escrito extensamente sobre las cualidades específicas de los varios nutrientes como por ejemplo la grasa animal y la grasa vegetal. El discurso científico acerca de la dieta sana es complejo sin embargo, no establece esta distinción entre lo bueno y lo malo. De acuerdo con el discurso científico acerca de la alimentación sana no existen alimentos o nutrientes que son buenos o malos en sí; el carácter bueno o malo de la dieta depende de un balance complejo entre los varios nutrientes. Por lo tanto, se podría argumentar que estas ideas acerca de lo bueno y lo malo, que son implícitas en el discurso de los informantes urbanos, implican una mediación y una simplificación de los conocimientos científicos acerca de la alimentación; una integración de esta información –en una forma adecuada para su práctica- en su conocimiento del sentido común.

Al lado de las ideas (explícitas e implícitas) sobre la tecnología y lo natural descritas arriba, existe la idea de lo tradicional como lo natural. Se refiere a la tradición mexicana de comer tortilla y frijoles y a la dieta mexicana tradicional en general como ejemplos de comer naturalmente. Sin embargo, no se parece aplicar esta percepción de lo tradicional como lo natural de la misma manera a los consumidores del pasado o de contextos rurales que a los consumidores de su contexto de conocimiento: se describe “la dieta de la gente humilde”; la dieta basada en el maíz (o arroz) y frijol como una dieta natural. Y se describe que en el pasado, antes de la industrialización, la gente comió “naturalmente natural”: lo natural –en las palabras de los informantes- era lo que había. Aplicados a ellos mismos sin embargo, estas ideas acerca de la tradición y lo natural parecen ser ajustados a su contexto de conocimiento específico y parece pasar por una mediación tecnológica y científica: Los productos “tradicionales” que compraron los informantes urbanos en las tiendas naturalistas por ejemplo, aunque su embalajes hicieron referencia a la agricultura tradicional (ver imagen 4.4), vinieron de la industria moderna de gran escala. Se podría entender el papel que juega la tradición en su práctica alimenticia, por lo tanto, como una versión reciclada de la “tradición”. Lo tradicional en este contexto parece haber obtenido otro significado que está basado en y que usa el imaginario de la tradición “anterior”, pero que se ha modificado y que se ha vuelto dependiente de la tecnología y la ciencia moderna. Es decir que, sin ciencia y tecnología la producción

industrial de estos productos “naturales” no sería posible; ni su embalaje, su etiquetación y su publicación como producto “natural”. Todos estos procesos dependen de los desarrollos científicos y tecnológicos; igual como la distribución de estos productos tradicionales de, por ejemplo, los Estados Unidos a México.

Otras ideas que reportaron los informantes del contexto urbano y que son parte de su entendimiento de la alimentación natural son ideas acerca de la influencia de los factores estructurales. El contexto urbano comparte esta categoría de ideas con el contexto rural. En el urbano, sin embargo, estas ideas tienen una forma más abstracta que en el contexto rural. En el contexto rural estas ideas parecen estar cerca a la experiencia cotidiana y a la práctica (cambios en la actividad económica de los miembros de su comunidad; ver abajo). En el contexto urbano las ideas sobre la influencia de los factores estructurales son ideas más abstractas que se basen en información (discusión pública) y no tanto en las experiencias vividas por ellos mismos: Es probable, por ejemplo, que los informantes del contexto urbano no conocen personalmente a los directores ejecutivos de los multinacionales de los alimentos. A pesar de esto tienen ideas sobre y han obtenido cierto tipo de información acerca de su estrategia de negocio, su manera de producir alimentos y sus objetivos principales (económicos). En adición, es probable que no conocen personalmente a los políticos que trabajan en la política alimentaria y es probable que no han leído (muchos de) los documentos de políticas elaborados sobre la política alimentaria. A pesar de esto, son precisamente estas ideas más abstractas, mas lejos de la experiencia concreta y vivida por los informantes mismos que influyen en sus ideas acerca de la influencia que tienen los factores estructurales en su percepción de la alimentación natural.

Prácticas

El carácter multifacético del conocimiento urbano también está presente en la diversidad de las prácticas que se lleva a cabo y que se asocia con la alimentación natural. En primer lugar, la práctica generalmente compartida de comer una dieta vegetariana es un aspecto práctico importante de esta representación. Los informantes del contexto urbano mencionan más prácticas específicas sin embargo, como la dieta macrobiótica y la dieta orgánica.

Otro aspecto práctico importante en este contexto está relacionado con la actitud individual (ver sección 4.4c): a diferencia de este contexto urbano, en el contexto rural (ver abajo) se considera a la dieta natural como “lo natural” en el sentido de la manera original, convencional de comer. La dieta natural se expresa en las costumbres, rituales y celebraciones locales y tradicionales. La dieta natural es lo que siempre se ha comido y lo que une los consumidores en su sistema social. En el contexto urbano el comer naturalmente implica un cambio de lo convencional, un esfuerzo, un trabajo. La asociación entre el comer y el gusto por comer, tiene una larga historia en las culturas humanas y no parece jugar un papel central en la representación de la alimentación natural en este contexto. Se refiere específicamente a las prácticas “equivocadas” de muchos consumidores comunes como enfocadas en el comer por el gusto en lugar de ser enfocadas, como debería ser, en el comer por la salud o la calidad de vida. Con el cambio de la dieta convencional a la dieta natural la práctica cambió, se podría decir, de una parte agradable de la vida en una obligación; los informantes urbanos parecen considerar al comer natural como una obligación; un trabajo con lo que se tiene que cumplir.

Estas observaciones conducen a una reflexión; a una proyección en el futuro del imaginario que se asocia con la alimentación: nos podríamos preguntar cómo cambiaría el imaginario cultural asociado con la alimentación en el caso de que se generalizan (o en el caso que ya se han generalizadas) estas ideas acerca del comer por la salud en lugar de comer por el gusto. El patrimonio cultural conlleva muchas imágenes que asocian el comer con el gusto y la celebración. Piensan, por ejemplo, en las pinturas de banquetes en los cuales grupos se unen para disfrutar grandes cantidades de comida y bebidas (alcohólicas) (ver imagen 5.1). O en películas en las cuales, el comer sirve como una función simbólica; simbolizando el gusto y los aspectos agradables de la vida. Como en la película *Chocolat* en la cual el chocolate (alto en sustancias “malas”, asociado con el pecado y el gusto) se imagina como un instrumento hacia la vinculación social y la tentación sexual. ¿Qué pasaría con estas imágenes que asocian el comer con el gusto y la celebración si la idea del comer por la salud reemplazaría la idea del comer por el gusto? ¿Podrían llegar a ser fósiles de un tiempo pasado; reemplazado por un imaginario que asocia el comer con actitud, perseverancia, responsabilidad y trabajo; representando un remplazo de una función expresiva del comer por una función introspectiva de él? Esta reflexión es sugestiva y sirve como un experimento de pensamiento y una reflexión sobre cómo puedan concretizarse las ideas cambiantes sobre la alimentación más bien que como una predicción.

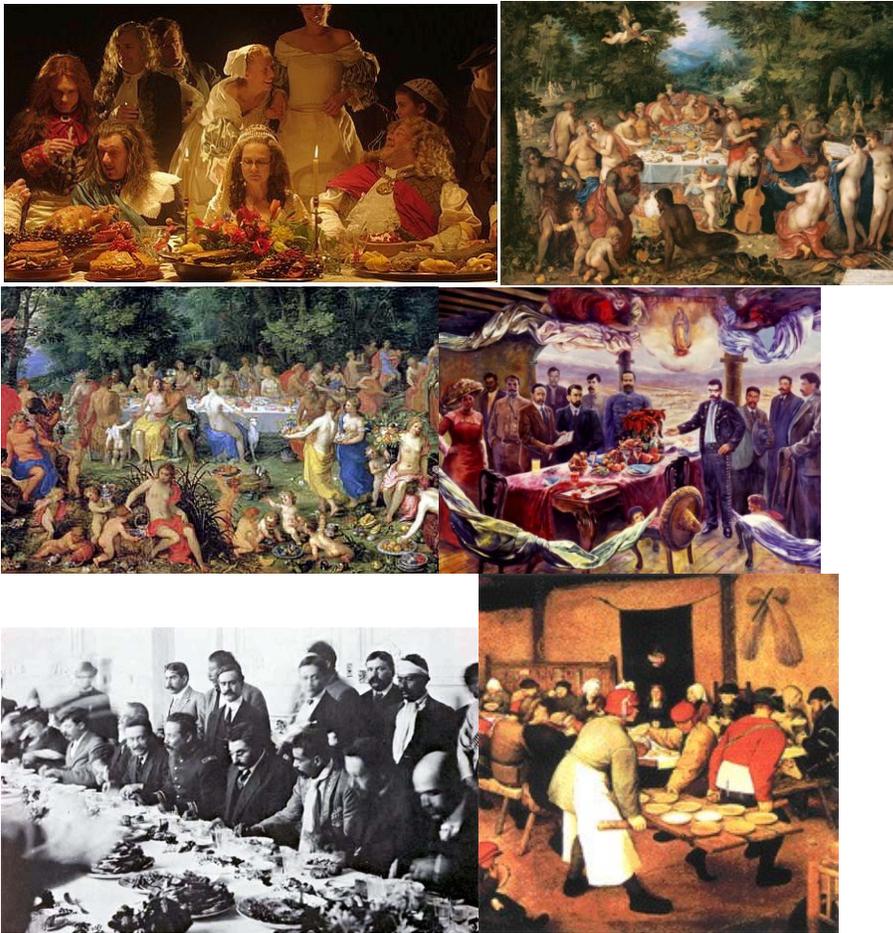


Imagen 5.1 *La asociación entre el comer y el gusto en el imaginario cultural.*

Identidad

Los aspectos identitarios de la representación social sobre la alimentación natural en el contexto urbano incluyen, en primer lugar, la relevancia de las experiencias individuales. La alimentación, en lugar de ser una expresión de una identidad social o cultural como frecuentemente es, en este contexto parece ser una expresión de una identidad individual. Casi todos los informantes refieren a eventos importantes en su vida que han creado su relación en particular con la alimentación; una relación que no es convencional en el sentido de que es socialmente compartida, sino una relación que es particular para ellos: el resultado de una búsqueda identitaria.

Otro aspecto identitario de la representación en este contexto urbano es la distinción que permita hacer entre estos individuos que han tomado consciencia

acerca de la relación comer – salud/ser y los grupos de consumidores convencionales que no han tomado esta consciencia. De esta manera, el conocimiento común que se tiene en este contexto facilita establecer fronteras entre grupos y facilita establecer su propia identidad, comparándola con la identidad de otros con base en su manera de comer.

Ideología y moral

Consideramos a la ideología como un conjunto de ideas relacionadas entre sí que existe de un componente representacional –un punto de vista propio y particular sobre la realidad- y un componente de acción –acercar en lo posible el sistema real existente al sistema ideal (Capdevilla, 2006). En el contexto del comer la ideología, así definida, refiere al conjunto de las ideas acerca de la alimentación y como debería alimentarse y a la institucionalización de estas ideas en tiendas naturalistas, en la industria alimentaria alternativa (*e.g.* orgánica) y en una discusión pública sobre la alimentación y la producción de alimentos. La ideología refiere a ideas interpretadoras de lo real, que son considerados como verdaderas por un grupo social en particular. Estas ideas o esta ideología se vuelven un rasgo fuertemente identitario. Si consideramos desde esta definición de la ideología la importancia central de la relación entre el auto-concepto y la alimentación natural en el contexto urbano podríamos concluir que la alimentación natural en este contexto tiene aspectos ideológicos: la alimentación, se podría argumentar, ha cambiado de un aspecto práctico de la vida y de una práctica basada en la tradición y los costumbres en un aspecto ideológico de la vida: visto desde ahí las ideas cargadas moralmente que tienen los informantes del contexto urbano sobre la dieta vegetariana y la alimentación industrializada y la centralidad del comer para el auto-concepto arrojan luz sobre el rechazo moral del “comer por el gusto” y sobre el rechazo moral del comer carne. Debido a que el comer no es una costumbre sino constituye una obligación moral, es una expresión de una posición ideológica y de una identidad, el juicio sobre las prácticas de otros consumidores ya no puede ser neutral: no es un asunto de tener otras preferencias u otras costumbres sino el asunto es tener una vista al mundo “equivocada” o “correcta” en términos morales e ideológicos.

En síntesis, podría entenderse que el conocimiento común que tienen los informantes urbanos sobre la alimentación natural se basa en una gran variedad de

información y refleja esta variedad en su contenido. Debido a esto se puede entender este conocimiento en la luz de la representación en el sentido Moscoviana.

5.1b El contexto rural

Usando esta misma separación teórica entre las representaciones sociales y colectivas y entre las esferas públicas tradicionales y destradicionalizadas podemos entender más profundamente el conocimiento común de la alimentación natural en el contexto rural también. A los informantes de este contexto se les podría entender como miembros de una esfera pública tradicional de Jovchelovitch (2007; 2001). Basándose en la información homogénea que compartieron los informantes de este contexto se puede concluir que el flujo de información es más reducido en el contexto rural y además se puede concluir que la información alimentaria está más centrada en la función identitaria social del conocimiento que en la función objetiva del conocimiento o la función epistémica de la representación (ver sección 1.1). Como han argumentado los teóricos de las representaciones sociales toda representación está vinculada con los intentos individuales y comunitarios de representar ellos mismos. Esto es el caso hasta con la ciencia que activamente intenta retirar la subjetividad –la identidad- de sus representaciones (Jovchelovitch, 2007; Moscovici, 2001). En el caso de la ciencia y en el caso de las representaciones moscovicianas sin embargo, el objeto mismo y el deseo de representar algo verdadero sobre el objeto está más presente que en el caso de las representaciones colectivas o el conocimiento social asociado con los contextos tradicionales. En estos últimos, la subjetividad tiene preponderancia sobre la objetividad: el deseo de representar algo sobre la identidad social tiene relevancia sobre el deseo de representar algo verdadero sobre el objeto. Todo el conocimiento sobre el objeto, que en este caso es la alimentación, tiene que pasar por esta mediación identitaria social. Con base en la presencia de esta mediación identitaria social podríamos concluir que el proceso de conocimiento de la alimentación natural en el contexto rural se parece más al proceso de representación colectiva durkheimiana que al proceso de representación social Moscoviana. En lo siguiente se expondrá sobre los aspectos del conocimiento común en el contexto rural con el objetivo de mostrar cómo este conocimiento se caracteriza por una dinámica representacional colectiva; un proceso de conocimiento que pasa por una mediación de la identidad socio-cultural y que integra el conocimiento en ésta

Práctica

Se podría argumentar que en el contexto urbano, las prácticas de la alimentación natural reflejan el flujo extenso de información en este contexto. Los informantes no refieren a un solo sistema de prácticas sino a una diversidad de prácticas específicas asociadas con la alimentación natural que pueden ser contradictorias entre sí (la tradición y la modificación). En el contexto rural la definición de la práctica de alimentarse naturalmente no tiene este aspecto multifacético. Todos los informantes del contexto rural comparten la definición de la práctica de la alimentación de la milpa como la práctica de la alimentación natural. En adición a –y quizás más que representar una práctica, lo que representan los informantes rurales con esto es su identidad socio-cultural. Esto es decir que la manera de ver la práctica de la alimentación natural es a través de las lentes de la identidad socio-cultural y se proyecta la identidad social en el objeto de la alimentación natural como una manera de conservar dicha identidad:

La alimentación de la milpa, más que representar la alimentación sana o natural en su sentido científico representa una manera de vivir: la milpa es el sistema agrícola tradicional de este contexto que además representa un sistema social, cultural y económico más grande. Y la centralidad de la milpa en la representación de la alimentación natural refleja una preocupación con este sistema agrícola y social y su conservación. La función alimentaria de la milpa no es independiente de las otras funciones económicas y socio-culturales de la milpa: la milpa crea vínculos económicos en la comunidad en los cuales los campesinos locales se benefician de la alimentación natural. La milpa, en adición, juega un papel central en los rituales y tradiciones culturales en los cuales se celebra la comunidad, la milpa y la comida en conjunto. Un ejemplo de la manera en que, en este contexto, la representación se une con y depende de los rituales es la celebración del festival del elote. En este se celebra la cosecha del maíz y toda la población está de alguna manera involucrada: como consumidor de elote freso u otros alimentos preparados del maíz; o como productor y vendedor que trae su camión lleno de elote recién cosechado directamente del campo al centro del pueblo. El centro del pueblo también está involucrado en este ritual porque está decorado con guirnaldas de varios colores para esta ocasión.

Como en el caso del contexto urbano, la alimentación vegetariana juega un papel central en la representación de la alimentación natural, sin embargo, no tiene el mismo aspecto ideológico o moral que en el contexto urbano. El vegetarianismo, en

lugar de ser algo bueno en el sentido de no causar daño a los animales o en el sentido de oponerse a la manera de producir carne, se justifica por su lugar en el sistema socio-cultural de la alimentación de la milpa. Más que ser un objeto en si (el vegetarianismo es bueno porque es el vegetarianismo), el vegetarianismo se mira a través de la alimentación de la milpa; como parte de la identidad social y un sistema social de interdependencia.

La cercanía socio-cultural

En la discusión de los resultados (capítulo 4) se separó el tema práctico de la alimentación de la milpa del tema socio-cultural de la cercanía socio-cultural. Se describió que una (la alimentación de la milpa) describe la práctica mientras que el otro (la cercanía socio-cultural) lo contextualiza en el contexto socio-cultural. Otra manera de ver la relación entre estos temas es como un solo sistema representacional homogéneo: la representación en el contexto rural no tiene el carácter multifacético y contradictorio de la representación en el contexto urbano. Más bien se lo podría entender como una reflexión integral de un sistema de interrelación: los consumidores dependen de los campesinos para sus alimentos. Los campesinos dependen de los consumidores en un sentido económico. Los consumidores dependen del espacio físico en que viven: de los árboles frutales en los cerros, de las hierbas que crecen en el campo. El espacio físico depende de los consumidores porque el paisaje se mantiene gracias al trabajo de los campesinos. La alimentación de la milpa enfatiza y fortalece los vínculos sociales porque es el ciclo agrícola y la disponibilidad de productos de la milpa que se celebra en los rituales y las celebraciones culturales. La milpa depende de los vínculos sociales porque si los consumidores optan por otro estilo de alimentarse, este sistema de la milpa no tendría futuro. Lo que demuestra esta contextualización, se podría decir, es que el objetivo principal del conocimiento sobre la alimentación natural en este contexto no se funda en el proceso fisiológico de la alimentación (como en el caso del conocimiento científico) sino se funda en la alimentación como parte integral de un sistema socio-cultural. La preocupación principal de los consumidores de los alimentos naturales no parece ser la nutrición en el sentido en que es la preocupación de los especialistas de la nutrición (aunque ciertamente es una parte importante también) sino el mantenimiento de esta manera de vivir.

Los cambios en el mercado laboral

Se podría decir que los varios aspectos discutidos de la representación social en el contexto urbano, todos añaden algo nuevo; un aspecto nuevo a la representación de la alimentación natural. Así llegando a la representación multifacética Moscoviana descrita arriba. Respecto a los varios aspectos de la representación en el contexto rural –la alimentación de la milpa, la cercanía socio-cultural y los cambios en el mercado laboral- podríamos concluir que no son aspectos nuevos y distintos sino que todos re-enfatizan la identidad y el sistema social. Esto también parece ser el caso para el tema de los cambios en el mercado laboral. Podríamos concluir que la relevancia de este factor estructural para el entendimiento de la alimentación natural también pasa por la mediación identitaria social: el contraste que se establece entre el trabajo en el turismo y la alimentación natural, se podría decir, refleja la preocupación por la terminación del sistema social existente de identidad e interdependencia social. Es decir, la actividad económica del turismo rompe con este sistema social tradicional: los trabajadores abandonan su trabajo agrícola en la milpa y el turismo introduce nuevas ideas, prácticas y necesidades en la comunidad que no siempre son compatibles con la manera tradicional de vivir: con la introducción del turismo, llegaron consumidores con preferencias distintas a las preferencias y costumbres locales. Respondiendo a estas preferencias y necesidades se establecieron tiendas nuevas y restaurantes nuevos que a su vez han influido las preferencias y necesidades de los miembros de la comunidad. Podría argumentarse que la preocupación que está detrás del rechazo de los cambios en el mercado laboral no está solamente relacionada con la alimentación sino que está relacionada con el mantenimiento del sistema social existente.

Resumiendo, se espera haber demostrado en qué maneras son distintos los procesos y productos de conocimiento en el contexto rural y urbano de este estudio. Y cómo depende el conocimiento común de las características del contexto en que vive el grupo. Con base en esta contextualización del conocimiento se justifica la distinción establecida en el marco teórico de esta tesis: se espera haber ilustrado que una conceptualización distinta del conocimiento común –una conceptualización del conocimiento común como social y contextualizado en lugar de individual, racional y descontextualizado- llegará a hallazgos distintos y entendimientos distintos del proceso de comer de la gente común (ver sección 5.4).

5.2 El comer (carne) y la ideología

Una segunda conclusión a la cual podríamos llegar en este estudio concierne a la relevancia de la dieta vegetariana. Se ha destacado que en ambos contextos de estudio la alimentación vegetariana juega un papel en la representación de la alimentación natural. Se asocia lo natural más con una dieta vegetariana (las frutas y las verduras; ver sección 4.1) que con la carne y los productos lácteos. Además, la mayoría de los informantes de las entrevistas llevan la práctica de la dieta vegetariana. Se ha destacado además que en el contexto rural la asociación entre lo vegetariano y lo natural se base en argumentos prácticos y de costumbre. En el contexto urbano, por otra parte, la asociación entre lo natural y lo vegetariano se base en argumentos morales e ideológicos: mientras que en el contexto rural no se rechaza la alimentación carnívora ni sus consumidores, en el contexto urbano sí parece existir esta tendencia hacia el rechazo moral del comer y de los consumidores de la carne.

Respecto del proceso de moralización se han descrito implicaciones importantes que pueden tener. Se ha descrito como el fumar cigarros se ha cambiado de una preferencia personal en un acto inmoral. Y como, consecuentemente, la legislación ha permitido a los gobiernos y a las corporaciones desanimar o prohibir el fumar tabaco. Y como los individuos se sienten con el poder de censurar la actividad de fumar y de expresar su rechazo de esta actividad cuando se lo observa en otras personas. Lo que es central en este proceso de moralización según estos autores es que cambia preferencias en valores. Y los valores son más durables, más centrales para el auto-concepto y más internalizados que las preferencias. Los valores además, y contrario a las preferencias, están sujetos al soporte institucional (Rozin, Markwith & Stoess, 1997). Basándose en estas observaciones acerca del proceso de la moralización y sus consecuencias podríamos especular sobre las consecuencias potenciales de los valores fuertes del vegetarianismo en el contexto urbano y del rechazo moral del comer carne en este contexto: ¿Podríamos esperar un proceso de moralización del comer carne similar al proceso que se ha observado acerca de la moralización (y prohibición) del fumar tabaco? Y, similar al caso de fumar tabaco, ¿podríamos en algún momento esperar políticas públicas que restringen o prohíben, o por lo menos regularizan el consumo de la carne? ¿Podríamos esperar que la moralización se generalice y logre un soporte institucional? Éstas son especulaciones descabelladas porque se basan, primariamente, en observaciones hechas en un grupo pequeño y local de consumidores. Sin embargo, en otros contextos se ha registrado un incremento en el vegetarianismo y un incremento en el valor moral asociado con éste

también (Rozin, Markwith & Stoess, 1997). Esta trama –la trama de la desmoralización y la regulación institucional del consumo de carne- por lo menos sería controversial debido a que la deseabilidad de la dieta vegetariana y su calidad nutritiva permanece controversial (*e.g.* Wanjek, 2012).

5.3 La milpa y la política del campo mexicano

La tercera conclusión acerca de los resultados de este estudio concierne a la relevancia de la alimentación de la milpa en el contexto rural. Como se ha visto, el conocimiento común en el contexto rural parece menos al conocimiento asociado con las representaciones sociales y parece más al conocimiento tradicional asociado con las representaciones colectivas. Como consecuencia de este proceso de representación colectiva, el conocimiento acerca de la alimentación en este contexto no es aislado del estilo de vida en este contexto ni de la identidad social o del sistema económico. Por lo tanto, una ruptura en uno de estos sistemas implicaría una ruptura más grande en otros sistemas también. Dicho de otra manera: para los consumidores del contexto rural, el conocimiento está íntimamente vinculado con su manera de vivir y su sistema social y económico. En el caso en que el este sistema agrícola no se podría mantener, el acabo de este sistema probablemente tendría consecuencias para el (des)equilibrio socio-cultural y económico en este contexto.

Considerando que la política del campo mexicano no tiene como prioridad la conservación o la promoción de la agricultura de la milpa, nos tendríamos que preguntar cuáles van a ser las consecuencias no solo para el conocimiento sobre la alimentación, sino también para el estilo de vida y el sistema económico en los cuales está integrado este conocimiento. Dicha política del campo mexicano ha estado, enfocada en la promoción de la agricultura comercial de gran escala y en la promoción de la aplicación de las tecnológicas alimentarias con el objetivo de incrementar la producción (Soto-Ibañez, 2007). Debido a que ciertos terrenos en específico, terrenos grandes y planos que se encuentran más en el norte del país, son adecuados para este tipo de agricultura industrial y de gran escala, la inversión pública y estatal no se ha distribuido equitativamente sobre los campesinos de todas las partes del país: estos contextos geográficos que se prestan a la agricultura de la milpa son precisamente estos contextos montañosos que no son adecuados para la agricultura industrial y que por lo tanto no cuentan con prioridad política.

5.4 Una última conclusión: la conceptualización del conocimiento

Finalmente regresamos a la discusión de las dos perspectivas que se han colocado una frente a la otra a través de esta tesis. Se ha argumentado y se intentó demostrar que estas dos perspectivas –la socio-cognición¹⁸ y las representaciones sociales- dan herramientas específicas para el estudio de conocimiento alimentario. La socio-cognición, se argumentó, tiende a una conceptualización individual, racional y descontextualizado del conocimiento del consumidor común. Dentro de la teoría de las representaciones sociales la conceptualización del conocimiento es tanto individual como social, racional e irracional y es contextualizada. Con base a las características del conocimiento alimentario que compartieron los informantes de este estudio y con base a las diferencias contextuales del conocimiento podríamos llegar a la última conclusión de esta tesis:

A pesar de que el (proceso de) conocimiento que se observó en el contexto rural cae más bien en el marco de las representaciones colectivas que en el marco de las representaciones sociales, los resultados de este estudio confirman la importancia de una conceptualización más contextualizada del conocimiento alimentario de la gente común: mientras que en las investigaciones psicosociales de la alimentación se tiende a partir de la premisa de que este conocimiento es individual y que puede ser observado en un momento dado afuera de su contexto social e histórico (se lo puede medir usando un cuestionario). Los sistemas de conocimiento que se han observado en este estudio sugieren que la inclusión de otras perspectivas al conocimiento arrojará luz sobre un espectro más ancho de la experiencia humana del comer. Es decir, la perspectiva socio-cognitiva tiene sus propias ventajas y fortalezas que no puede ofrecer una perspectiva al conocimiento contextualizado (*e.g.* la predicción), pero la inclusión de otra perspectiva al conocimiento ofrecería otras respuestas a los problemas alimentarios de hoy en día. Los sistemas complejos (contexto urbano) y las diferencias en el conocimiento que dependen de la cultura y la historia local de los contextos sugieren que valdría la pena abrir y estudiar el proceso de conocimiento en lugar de considerarlo como un producto final que se mide a través de un cuestionario.

¹⁸ Fundada en una perspectiva cartesiana al conocimiento.

Referencias

- Abric, J. (1994/2001). *Prácticas sociales y representaciones*. México D.F.: Ediciones Coyoacán S.A. de C.V.
- Anaya, V., & Delhumeau, A. (1984). *El impacto de la TV en cinco comunidades vírgenes de México*. Universidad Nacional Autónoma de México, Escuela Nacional de Estudios Profesionales de Acatlan y Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF): México D.F.
- Anderson, A. S. & Shepherd, R. (1989). Beliefs and attitudes toward 'healthy eating' among women attending maternity hospital, *Journal of Nutrition Education*, 21, 208-213.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Ajzen, I. (1988). *Attitudes, Personality and Behavior*. Milton Keynes: Open University Press.
- Barnard, A. (2000). *History and Theory in Anthropology*. Cambridge: CUP.
- Beck, U. (1992). *Risk society*. London: Sage.
- Belasco, W. (1993). *Appetite for Change: How the Counterculture Took on the Food Industry*. Ithaca: Cornell University Press.
- Bergman, M. M. (1998). Social representations as the mother of all behavioral pre-dispositions? The relations between social representations, attitudes and values. *Papers on social representations*, 7(1-2), 77-83.
- Bergman, M. M. (1999). Would the real social representation please stand up? Three levels of analysis of the social representations of European American and Mexican American identity. *Papers on Social Representations*, 8, 4.1-4.17.
- Bourdieu, P. (1985). The Market of Symbolic Goods. *Poetics*, 14(1-2), 13-44.
- Breakwell, G. M., & Canter, D. V. (1993). *Empirical Approaches to Social Representations*. Oxford: Oxford University Press.
- Brotherson, G. (1995). Las cuatro vidas de Tepoztécatl. *Estudios de la cultura Náhuatl*, 25, 185-205.
- Bustamante Harfush, M. (2012). *El patrimonio arquitectónico de Polanco en peligro de extinción*. Retrieved from Discurso Visual:
<http://www.discursovisual.net/anteriores/dvwebne06/confrontacion/confbustamante.htm>

- Cáceras, P. (2003). Análisis cualitativo de contenido: una alternativa metodológica alcanzable. *Psicoperspectivas*, 2, 53-82.
- Capdevilla, N. (2006). *El concepto de la ideología*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Cassidy, C.M. (1994). Walk a mile in my shoes: culturally sensitive food-habit research. *The American Journal of Clinical Nutrition*, 59(suppl), 190s-197s.
- Conner, M. & Armitage, C. J. (2002). *The Social Psychology of Food*. Buckingham, Philadelphia: Open University Press.
- Corona-Caraveo, Y., & Pérez y Zavala, C. (1999). *Tradición y Modernidad en Tepoztlán: Historias y Leyendas de un pueblo de Resistencia*. México D.F.: UAM-X. Recuperado de http://bidi.xoc.unam.mx/tabla_contenido_libro.php?id_libro=47.
- Cox, D. N., Anderson, A. S., Lean, M. E. J. & Mela, D. J. (1998). UK Consumer attitudes, beliefs and barriers to increasing fruit and vegetable consumption, *Public Health Nutrition*, 1, 61-68.
- Curry, O. (2006). Who's Afraid of the Naturalistic Fallacy. *Evolutionary Psychology*, 4, 234-247.
- Delegación Miguel Hidalgo. *Miguel Hidalgo*. Retrieved from E-local: <http://www.elocal.gob.mx/work/templates/enciclo/EMM09DF/delegaciones/09016a.html>
- Denzin, N. (1970/1978). *The Research Act*. Chicago: Aldine.
- Douglas, M. (1972). Deciphering a Meal. *Daedalus*, 101(1), 61-81.
- Durkheim, E. (1898/1996). Représentations individuelles et représentations collectives. In E. Durkheim, *Sociologie et Philosophie*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Duveen, G. (2001). The Power of Ideas. In S. Moscovici, *Social Representations: explorations in social psychology* (pp. 1-17). Cambridge: Polity Press.
- Duveen, G., & Lloyd, B. (1993). An ethnographic approach to social representations. In G. Breakwell, & D. V. Canter, *Empirical Approaches to Social Representations*. Oxford: Oxford University Press.
- Eagly, A. H. & Chaiken, S. (1993). *The Psychology of Attitudes*. Forth Worth, TX: Harcourt Brace Jovanovich.
- Farr, R. (1993). Theory and method in the study of social representations. In G. Breakwell, & D. V. Canter, *Empirical Approaches to Social Representations* (pp. 15-38). Oxford: Oxford University Press.
- Fischler, C. (1980). Food habits, social change and the 'nature/culture' dilemma. *Social Science Information*, 19, 937-953.

- Flick, U. (1992). Combining Methods - Lack of Methodology: Discussion of Sotirakipoulou & Breakwell. *Ongoing productions on Social Representations*, 1(1), 43-48.
- Flores-Palacios, F., & Díaz-Cervantes, J. A. (2000). Normalidad y anormalidad: esquemas dicotómicos de la representación social en un grupo de profesionales de salud. *Polis*, 247-262.
- Gracia-Arnaiz, M. (2007). Comer bien, comer mal: la medicalización del comportamiento alimentario. *Salud Pública de México*, 49, 236-242.
- Gauthier, E. (2010). Social Representations of Risk in the Food Irradiation Debate in Canada 1986-2002. *Science Communication*, 23(3), 295-329.
- Geertz, C. (1973). *The Interpretation of Cultures*. New York: Basic Books.
- Geyrhalter, N. (director). (2005) *Our Daily Bread*. Nikolaus Geyrhalter Filmproduktion GmbH.
- Goody, J. (1995). *Cocina, cuisine y clase*. Barcelona: Gedisa.
- Goody, J. (2002). Alimentación industrial: hacia una cocina mundial. In J. Contreras, *Alimentación y cultura: Necesidades, gustos y costumbres* (pp. 307-332). Barcelona: Alfaomega.
- Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista-Lucio, P. (2006). Recolección y análisis de datos cualitativos. In R. Hernández-Sampieri, C. Fernández-Collado, & P. Baptista-Lucio, *Metodología de la investigación (cuarto edición)* (pp. 581-682). México D.F.: McGraw Hill Interamericana.
- Herzlich, C. (1973). *Health and Illness: a social psychological analysis*. London: Academic.
- Homs, R. (1992). *Creadores de imagen mexicana. Un análisis de publicidad y su impacto en el México moderno*. México D. F.: Planeta.
- Huotilainen, A. (2005). Dimensions of Novelty: social representations of new foods. Trabajo de grado, Tesis de Doctorado, Universidad de Helsinki. Recuperado de: <http://www.thesis.helsinki.fi/julkaisut/val/sops/vk/huotilainen>.
- INEGI. (2010). *Censo de Población y Vivienda 2010*. Recuperado de <http://www.censo2010.org.mx>.
- Jobse –van Putten, J. (1995). *Eenvoudig maar voedzaam: cultuurgeschiedenis van de dagelijkse maaltijd in Nederland*. Nijmegen: SUN.
- Jones, E. (1953). *The Life and Work of Sigmund Freud*. New York: Basic Books.

- Johnston, J. (2008). Counter-hegemony or Bourgeois Piggery: Food Politics and the Case of FoodShare. In: W. Wright & G. Middendorf, *The Fight over Food: Producers, Consumers and Activists Challenge the Global Food System*. University Park, Pennsylvania: Pennsylvania State University Press.
- Jovchelovitch, S. (2007). *Knowledge in Context: Representations, Community and Culture*. London: Routledge.
- Keller, R. (2011). The Sociology of Knowledge Approach to Discourse (SKAD). *Human Studies*, 34, 43-65.
- Keller, R. (2012). Entering Discourses: A New Agenda for Qualitative Research and Sociology. *Qualitative Sociology Review*, 8(2), 46-75.
- Kenner, R. (director/producer), & Schlosser (co-producer). (2008) *Food Inc.* Participant Media: Magnolia Pictures.
- Le Bon, G. (1896/2001). *The Crowd: A Study of the Popular Mind*. Recuperado de <http://socserv.mcmaster.ca/econ/ugcm/3ll3/lebon/Crowds.pdf>
- Le Boudec, G. (1984). Contribution à la méthodologie d'étude des représentations sociales. *Cahiers de Psychologie Cognitive*, 4, 245-272.
- Leach, E. (1974). *Claude Lévi-Strauss (revised ed.)*. New York: Viking Press.
- Lee, K. (1999). *The Natural and the Artifactual: The Implications of Deep Science and Deep Technology for Environmental Philosophy*. Lanham: Lexington Books.
- Lévi-Strauss, C. (1997/2008). The Culinary Triangle. In C. Counihan, & P. van Esterik, *Food and Culture: a reader. 2nd edn* (pp. 36-43). New York: Routledge.
- Lewis, O. (1951). *Life in a Mexican Village: Tepoztlán restudied*. Urbana: University of Illinois.
- Lin, M. F. F., & Rozin, P. (2009). The Impact of Naturalness on Perceived Risk. *Proposal for Russell Ackoff Doctoral Student Award for Research on Human Decision processes and Risk Management*. Recuperado de <http://opim.wharton.upenn.edu/risk/ackoff/Ackoff2009/Lin2009.pdf>.
- Lomnitz-Adler, L. (1982). *Evolución en una sociedad rural*. México D.F.: FCE.
- Moscovici, S. (2001). *Social Representations: Essays in social psychology*. Cambridge: Polity Press.
- Moscovici, S. (1961/2008). *Psychoanalysis: Its Image and its Public*. Cambridge: Polity Press.
- Mann, C. (2005). *1491: New Revelations of the Americas Before Columbus*. New York: Knopf.
- Nestle, M. (2002). *Food Politics: How the Food Industry Influences Nutrition and Health*. Berkeley: University of California Press.

- Nguyen, M. N., Otis, J., & Potvin, L. (1996). Determinants of intention to adopt a low fat diet in men 30 to 60 years old: implications for health health promotions, *American Journal of Health Promotion*, 10, 201-207.
- Nieves Noriega de Autrey, M. (2011). El Maíz: Catálogo Visual. *Arqueología Mexicana*.
- OECD. (2011). *Society at a glance 2011: OECD Social Indicators*. OECD Publishing.
- Oseguera, D. (1996). El "Fast-Food" y el apresuramiento alimentario en México. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, 11(3), 109-135.
- Parales-Quenza, C. J. (2006). Representaciones sociales del comer saludablemente: un estudio empírico en Colombia. *Universitas Psychologica*, 5(3), 613-626.
- Patrick, H., & Nicklas, T. (2005). A Review of Family and Social Determinants of Children's Eating Patterns and Diet Quality. *Journal of the American College of Nutrition*, 24(2), 83-92.
- Pérez y Zavala, C. (2002). Violencia y Socialización Política en una comunidad rural. *El Cotidiano*, 18(11), 64-71.
- Pollan, M. (2006). *The Omnivore's Dilemma: a Natural History of Four Meals*. New York: the Penguin Group.
- Redfield, R. (1930). *Tepoztlán, a Mexican Village*. Chicago: University Press.
- Riva de la, G. (1998). ¿Por qué come lo que come la población en Mérida?. *Cuadernos de la Nutrición*, 21(5), 36-45.
- Rooijendijk, C. (2009). *Watervolven: een geschiedenis van stormvloed, dijkenbouwers en droogmakers*. Amsterdam: Atlas.
- Rozin, P. (2007). Food and Eating. En: S. Kitayama, & D. Cohen (Eds.). *Handbook in Cultural Psychology* (pp. 391-416). New York: Guilford.
- Rozin, P. (2006). Naturalness judgments by lay Americans: Process dominates content in judgments of food or water acceptability and naturalness. *Judgment and Decision Making*, 1(2), 91-97.
- Rozin, P., Spranca, M., Krieger, Z., Neuhaus, R., Sarillo, D., Swerdlin, A., & Wood, K. (2004). Preference for natural: instrumental and ideational/moral motivation and the contrast between foods and medicines. *Appetite* 43, 147-154.
- Rozin, P. (2001). Social Psychology and Science: Some lessons from Solomon Ash. *Personality and Social Psychology Review*, 5(1), 2-14.
- Rozin, P. (1999). The Process of Moralization. *Psychological Science*, 10(3), 218-221.

- Rozin, P., Markwith, M., & Stoess, C. (1997). Moralization and becoming a vegetarian: The transformation of preferences into values and the recruitment of disgust. *Psychological Science*, 8(2), 67-73.
- Rozin, P. (1996). Sociocultural Influences on Human Food Selection. In: E. Capaldi (Ed.), *Why We Eat What We Eat: The Psychology of Eating* (pp. 291-308). Washington DC: American Psychological Association.
- Rozin, P. (1988). Social learning about food by humans. In T. Zentall, & B. G. Galef, *Social learning: A comparative approach* (pp. 165-187). Hillsdale: Erlbaum.
- Safran-Foer, J. (2009). *Eating Animals*. New York: Little Brown and Company.
- Saunders, R. P. & Rahilly, S. A. (1990). Influences on intention to reduce dietary intake of fat and sugar. *Journal of Nutrition Education*, 22, 169-176.
- Sauri-Bazán, M. C. (2003). Publicidad televisiva, hábitos alimentarios y salud en adolescentes en la ciudad de Mérida, Yucatán, México. *Trabajo de grado de, Maestría en Ciencias*. Recuperado de: http://www.mda.cinvestav.mx/ecohum/tesis_estudiantes/01Tesis%20MS.pdf.
- Schlosser, E. (2001). *The Fast Food Nation: The Dark Side of the All American Meal*. Boston: Houghton Mifflin Harcourt.
- Schmidhuber, J. (2005). The growing global obesity problem: some policy options to address it. . *Artículo presentado 97th Seminar of European Association of Agricultural Economists*. England: Recuperado de: http://www.fao.org/fileadmin/templates/esa/Global_perspectives/Long_term_papers/JSobesity.pdf.
- SECTUR. (2012). *Listado de Pueblos Mágicos*. Retrieved from SECTUR: <http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Noticias?uri=http%3A%2F%2Fwww.sectur.swb%23Resource%3A6712>
- Silverman, C. (1985). *Qualitative Methods and Sociology*. Aldershot: Gower.
- Soto-Ibañez, C. M. (2007). Políticas macroeconómicas del campo mexicano. *TescistecatI*, Disponible en el internet <<http://www.eumed.net/tecsistecatI/n0/mcsi1.htm>>.
- Taylor, C. (1989). *The Sources of the Self: The Making of Modern Identity*. Cambridge: Harvard University Press.
- Vargas, L., & Casillas, L. (1996). Cambios y Continuidad en la comida diaria de los mexicanos. Sincretismo alimentario. *Cuadernos de la Nutrición*, 19(5), 7-11.
- Wagner, W. (1997). *Word Associations in Questionnaires: A practical Guide to Design and Analysis (3)*. London: London School of Economics and Political Science.

- Wagner, W., Hayes, N., & Flores, F. (2011). *El discurso de lo cotidiano y el sentido común*. Barcelona: Anthropos.
- Wagner, W., & Kronberger, N. (2001). Killer tomatoes! Collective symbolic coping with biotechnology. In K. Deaux, & G. Philogene, *Representations of the social: bridging theoretical traditions* (pp. 147-164). Oxford: Blackwell.
- Wagner, W., Duveen, G., Farr, R., Jovchelovitch, S., Lorenzo-Cioldi, F., Markova, I., & Rose, D. (1999). Theory and method of social representations. *Asian Journal of Social Psychology*, 2, 95-125.
- Wanjek, C. (2012). Sorry vegans: Eating meat and cooking food is how humans got their big brains. *Washington Post*, pp. http://www.washingtonpost.com/national/health-science/sorry-vegans-eating-meat-and-cooking-food-is-how-humans-got-their-big-brains/2012/11/26/3d4d36de-326d-11e2-bb9b-288a310849ee_story.html.
- Whitehead, T. L. (2004). What is Ethnography? Methodological, Ontological and Epistemological Attributes. *Ethnographically Informed Community and Cultural Assessment Research Systems (EICCARS)*. Recuperado de <http://www.cusag.umd.edu/documents/WorkingPapers/EpiOntAttrib.pdf>.
- Williams, C. M. (2002). Nutritional quality of organic food: shades of grey or shades of green? *Proceedings of the Nutrition Society*, 61, 19-24.
- Wilson, E. O. (1984). *Biophilia*. Cambridge: Harvard University Press.
- Zhang, Y., & Wildemuth, B. M. (2009). Qualitative analysis of content. In B. M. Wildemuth, *Applications of Social Research Methods to Questions in Information and Library Science* (pp. 308-319). Westport: Libraries Unlimited.

Literatura consultada

- Allport, G. W. (1954). *The nature of prejudice*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Anderson, R. K., Calvo, J., Serrano, G., & Payne, G. C. (1946). A Study of the Nutritional Status and Food Habits of Otomi Indian in the Mezquital Valley of Mexico. *American Journal of Public Health*, 36, 883-903.
- Babic-Zielinska, E. (2006). The role of psychological factors in food choice - a review. *Polish Journal of Food and Nutrition Science*, 15(6), 379-384.
- Bandura, A. (1982). Self efficacy mechanisms in human agency. *American Psychologist*, 32, 122-147.
- Barthes, R. (1997/2008). Towards a Psychosociology of Contemporary Food Consumption. En: C. Counihan & P. Van Esterik (Eds.), *Food and Culture: a reader. 2nd edn* (pp. 28-35). New York: Routledge.
- Basow, S. A., & Kobrynowicz, K. (1993). What is she eating? The effects of meal size on impressions of a female eater. *Sex Roles*, 23, 335-344.
- Bauman, Z. (2001). Consuming life. *Journal of Consumer Culture*, 9-29.
- Birch, L. L. (1990). The control of food intake by young children: the role of learning. En E. D. Capaldi, T. L. Powley (Eds.) *Taste, Experience and Feeding* (pp. 116-138). Washington DC: American Psychological Association.
- Boero, S. (2007). All the News that's Fat to Print: The American "Obesity Epidemic" and the Media. *Qualitative Sociology*, 30(1), 41-60.
- Breakwell, G. M. (1993). Social Representations and Social Identity. *Papers on Social Representations*, 2(3), 1-18, Retrieved from http://www.psych.lse.ac.uk/psr/PSR1993/2_1993Brea2.pdf
- Cashdan, E. (1994). A sensitive period for learning about food. *Human Nature*, 5(3), 279-291.
- Chaiken, S., & Pliner, P. (1987). Women, but not men are what they eat: the effect of meal size and gender of perceived femininity and masculinity. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 13, 166-176.
- Crandall, C. S. (1994). Prejudice against fat people: Ideology and self interests. *Journal of Personality and Social Psychology*, 66, 882-894.

- De Alba, M. (2004). El Método Alceste y su aplicación al Estudio de las Representaciones Sociales del Espacio Urbano: El Caso de la Ciudad de México. *Papers on Social Representations*, 13, 1.1-1.20, Recuperado de http://www.psych.lse.ac.uk/psr/PSR2004/13_01Alb.pdf
- Dovey, T. M., Spaples, P. A., Gibson, E. L., & Halfords, J. C. G. (2008). Food neophobia and 'picky/fussy' eating in children: a review. *Appetite*, 50(1-2), 181-193.
- Drewnowski, A. (1996). The behavioral phenotype in human obesity. En E. Capaldi (Ed.) *Why We Eat What We Eat: The Psychology of Eating* (pp. 291-308). Washington DC: American Psychological Association.
- Drewnowski, A., & Greenwood, M. R. C. (1983). Cream and sugar: Human preferences for high-fat foods. *Physiology and Behavior*, 30, 629-633.
- Duveen, G., & De Rosa, A. (1992). Social Representations and the Genesis of Social Knowledge. *Papers on Social Representations*, 1(2-3), 94-108, Recuperado de http://www.psych.lse.ac.uk/psr/PSR1992/1_1992Duvee.pdf
- ENN (1988). *Encuesta Nacional de Nutricion*, México D.F.: Secretaría de Salud
- ENSANUT (1999). *Encuesta Nacional de Salud y Nutrición*, Cuernavaca, Morelos: Instituto Nacional de Salud Pública.
- ENSANUT (2006). *Encuesta Nacional de Salud y Nutrición*. Cuernavaca, Morelos: Instituto Nacional de Salud Pública.
- Fiske, S. T., & Taylor, S. E. (1991). *Social Cognition (second edition)*. New York: McGraw Hill.
- Flores-Palacios, F. (1997). Representación social de la feminidad y masculinidad de un grupo de profesionales de salud mental: discusión en torno de la categoría de género. *Papers on Social Representations*, 6(2), 95-107.
- Flores-Palacios, F. (2010). Pobres, enfermas y locas: Una historia de vulnerabilidades acumuladas. In M. Montero, *La ecología social de la pobreza: Impactos psicosociales, desafíos multidisciplinares*. México D. F.: Miguel Ángel Porrúa/UNAM.
- Flores-Palacios, F. (2002). La función simbólica de la virginidad como prescrito de género. In M. Rouquette y F. Flores-Palacios, *Senderos del pensamiento social*. México, D. F.: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Flores-Palacios, F. (2001). *Psicología social y género: El sexo como objeto de representación social*. México D. F.: McGraw Hill.
- Flores-Palacios, F. (2000). El género en el marco de la psicología social. En D. Jodelet & A. G. Tapia, *Develando la Cultura: Estudios en Representaciones Sociales* (p. 109-125). México: UNAM.

- Flores-Palacios, F. Wagner, W. (2011). The impact of AIDS on the social life of women in a Mexican rural community. In H. G. Brauch, U. Oswald-Spring, C. Mesjaz, J. Grin, P. Kamezi-Mbote, B. Chourou, P. Dunay & J. Birkman, *Coping with global Environmental change, disasters and security. Vol. 5. Security Handbook for the Anthropocene*. Berlin: Springer.
- Flores, F., Chapa, A., Almanza, M. & Gómez, A. (2011). Adaptación del programa de “relaciones saludables” a grupos de México que viven con el virus de la inmunodeficiencia humana. *Acta Psiquiátrica y Psicológica de América Latina*, 57(1),29-38
- Flores-Palacios, F. Blázquez, N. y Ríos, M. (Coord.) (2010). *Epistemología feminista*. México. D.F.: CRIM/CEIICH UNAM.
- Flores-Palacios, F., Almanza-Avendaño, M., & Gómez-San Luis, A. (2008). Análisis del impacto de VIH-SIDA en la familia: Una aproximación a su representación social. *Psicología Iberoamericana*, 16(2), 6-13.
- Flores-Palacios, F. & Leyna-Flores, R. (2003). Representaciones Sociales del SIDA en estudiantes de la Ciudad de México. *Salud Pública de México*, 45, 24-31.
- Galindo, J. (1987). Encuentro de subjetividades, objetividad descubierta. La entrevista como centro del trabajo etnográfico. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, 1(3), 151-183.
- Gauthier, E. (in press). “Green” processing technologies: Factors affecting consumers’ response. En Boye J, Arcand Y (eds) *Green technologies in food production and processing*. Springer Verlag.
- Getting started with Alceste (2006). The London School of Economics and Political Science. Recuperado de <http://www2.lse.ac.uk/intranet/LSEServices/divisionsAndDepartments/itservices/guides/softwareAndTraining/specialistSoftware/alceste/Alceste-GSW.pdf>
- González-Castell, D., González-Cossío, T., Barquera, S., Rivera, J. A. (2007). Alimentos Industrializados en la dieta de los preescolares mexicanos, *Salud Pública de México*, 4, 345-356.
- Greenwald, A. G. (1998). The Implicit Association Test: Demonstration and overview of findings. *Paper presented at the annual meeting of experimental social psychology*. Lexington, K.Y.
- Hamilton, D. L., & Sherman, J. W. (1994). Stereotypes. In: J. R. S. Wyer & T. K. Srull (Eds.), *Handbook of Social Cognition*, 2nd edn (pp. 1-68). Hillsdale: Erlbaum.
- Hammersley, H. & Atkinson, P. (1994). Que es la etnografía? En H. Hammersley & P. Atkinson. *Etnografía. Métodos de Investigación* (pp. 15-40). Barcelona: Paidós Basica.

- Harris, M. (1997/2008). The Abominable Pig. En: C. Counihan & P. Van Esterik (Eds.), *Food and Culture: a reader. 2nd edn.* (pp. 54-66). New York: Routledge.
- Harris, M. (1985/2009). *Bueno para comer: Enigmas de alimentación y cultura.* Madrid: Alianza Editorial.
- Hedke, L. M. (1992). Foodmaking as thoughtful process. In: D. W. Curtin, & L. M. Hedke *Cooking, Eating, Thinking: Transformative Philosophies of Food* (pp. 203-229). Bloomington: Indiana University Press.
- Hernández-Avila, M., Romieu, I., Parra, S., Hernández-Avila, J., Madrigal, H., Willett, W. (1998). Validity and reproducibility of a food frequency questionnaire to assess dietary intake of women living in Mexico City. *Salud Pública de México*, 40, 133-140.
- Hirschler, V., González, C., Cemente, G., Talgham, S., Petticchio, H., & Jadzinsky, M. (2006). Como perciben las madres de niños de jardín de infantes a sus hijos con sobrepeso? *Arch. argent. pediatr*, 104(3), 221-226.
- Hunt, L.M., Schneider, S., & Comer, B. (2004). Should “acculturation” be a variable in health research? A critical review of research on US Hispanics. *Social Science & Medicine*, 59, 973-986.
- Ikerd, J. (undated publication). *The new American Food Economy.* Retrieved from University of Missouri: <http://www.missouri.edu/~ikerdj/papers/SFT-New%20Food%20Movement.htm>
- Jodelet, D. (1991). *Madness and Social Representation: Living with the Mad in one French Community.* Berkeley: University of California Press.
- Kaplan, D.M. (2012). *The Philosophy of Food.* Berkeley: University of California Press.
- Korsemeier, C. (2002). Delightful, Delicious, Disgusting. *Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 60(3), 217-225.
- Köster, E. P. (2008). The Psychology of food choice. PowerPoint presentation. Recuperado de http://www.google.com.mx/search?sourceid=navclient&ie=UTF-8&rlz=1T4SKPB_enMX366MX366&q=the+social+psychology+of+food+choice+koster
- Kunda, Z. (1999). *Social Cognition: Making sense of people.* Cambridge: The MIT Press.
- Lake, A. A., Rugg, Grunn, A. J., Heyland, R. M., Wood, C. E., Mathers, J. C., & Adamson, A. J. (2004). Longitudinal dietary change from adolescence to adulthood: perceptions, attributions and evidence. *Appetite*, 42(3), 255-263.

- Lahlou, S. (1994). Qualitative market research and product development: representations of food and market challenges. In L. Dubé, C. Le Bel, & V. Troche, *Health and Pleasure at the table: Proceedings from an international symposium held in Montreal, Canada, May 24th to May 27th 1994*.
- Layendecker, L. (1974). Emile Durkheim. En Rademakers, L. & Petersma, E. (Eds.), *Hoofdfiguren uit de sociologie*. Utrecht/Antwerpen: Spectrum.
- Lewin, K. (1943). Forces behind Food Habits and Methods of Change. *Bulletin of the National Research Council*, 108, 35-65
- Lipmann, W. (1922). *Public Opinion*. New York: Harcourt, Brace.
- Long, J. (1996/2003). *Comida y conquista: consecuencias del encuentro de dos mundos*. México: UNAM.
- Martínez-Ruiz, T., Ramos-Esquivel, J., Navarro-Contreras, G., Meza-Calleja, A. (2010). La Comida como Puente Imaginaria entre México y Estados Unidos de Norteamérica. *Estudio presentado en el XIII congreso de psicología social y V congreso de relaciones interpersonales*. México: AMEPSO
- Meigs, A. (1984). *Food, sex, and pollution: A New Guinea religion*. New Brunswick: Rutgers University Press.
- Mintz, S. W. (1985). *Sweetness and Power: The Place of Sugar in Modern History*. New York: Viking.
- Moscovici, S. (1997). Social Representations Theory and Social Constructionism. Recuperado de <http://psyberlink.flogiston.ru/internet/bits/mosc1.htm>
- Moscovici, S. (1993). Introductory address. *Papers on Social Representations*, 2 (3), 1-170.
- Moscovici, S. & Marková, I. (2006). *The Making of Modern Social Psychology: The Hidden Story of How an International Social Science was Created*. Cambridge: Polity Press.
- Navarro, G., Meza-Calleja, A., Ramos-Esquivel, J., Martínez-Ruiz, T. (2010). Sobrepeso y obesidad Infantil. Percepción de Madres e Hijos y Prácticas de Alimentación Infantil en Comunidades con Altos Índices de Migración. *Estudio presentado en el XIII congreso de psicología social y V congreso de relaciones interpersonales*. México: AMEPSO.
- Nemeroff, C., & Rozin, P. (1989). An unacknowledged belief that 'you are what you eat' among college students in the United States: an application of the demand free 'impressions' technique. *Ethnos: The Journal of Anthropological Psychology*, 17, 50-69.
- Parales-Quenza, C. J., & Vizcaíno-Gutiérrez, M. (2007). Las relaciones entre actitudes y representaciones sociales: elementos para una integración conceptual. *Revista Latinoamericana de psicología*, 39(2), 351-361.

- Pelcastre-Villafuerte, B., Riquer-Fernández, F., De León-Reyes, V., Reyes-Morales, H., Gutiérrez-Trujillo, G., Bronfman, M. (2006). ¿Qué se hace para no morir de hambre? Dinámicas domésticas y alimentación en la niñez en un área rural de extrema pobreza de México. *Salud Pública de México*, 48, 490-497.
- Pérez Gil-Romo, S. E., Vega-García, L.A., Romero-Juárez, G. Prácticas alimentarias de mujeres rurales: ¿una nueva percepción del cuerpo? *Salud Pública de México*, 49, 52-62.
- Pérez-Martínez, H. (2003). La comida en el refranero mexicano: un estudio contrastivo En J. Long (Coord.): *Conquista y comida: consecuencias del encuentro de dos mundos* (pp. 505-528). México DF: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Pliner, P., & Hobden, K. (1992). Development of a scale to measure the trait of food neophobia in humans. *Appetite*, 19, 105-120.
- Pollard, T.M., Steptoe, A. & Wardle, J. (1998). Motives underlying healthy eating: using the food choice questionnaire to explain variation in dietary intake. *J. biosoc. Sci*, 30, 165-179.
- Porth, E., Neutzling, K., & Edwards, J. (2009). Functionalism. Retrieved from The University of Alabama, Department of Anthropology Website: <http://www.as.ua.edu/ant/cultures/cultures.php?culture=Functionalism>
- Povey, R., Conner, M., Sparks, P., James, R., & Shepherd, R. (2000). Applications of the theory of planned behavior to two dietary behaviours: roles of perceived control and self-efficacy. *British Journal of Health Psychology*, 5, 121-139.
- Puhl, R. M., & Heuer, C. A. (2009). The Stigma of Obesity: A Review and Update. *Obesity*, 17, 941-964.
- Rivera, J. A., Irizarry, L. M., & González-de Cossío, T. (2009). Overview of the nutritional status of the Mexican population in the last two decades. *Salud Pública de México*, 51, 4th supplement.
- Rivera, J., & Sepulveda, A. (2003). Conclusions from the Mexican National Nutrition Survey 1999: transplanting results into nutrition policy. *Salud Pública de México*, 45(4), 565-575.
- Rodríguez, S. (2009). Patrones Dietéticos y su riesgo con sobrepeso y obesidad en mujeres en del área rural del sur. *Salud Pública de México*, 49, edición especial, XII congreso de investigación en salud pública.
- Rodríguez, K. (2007). Mexican American Health Beliefs and Diabetes: A Culturally Appropriate Campaign Proposal. *Paper Presented at the Annual Meeting of the NCA 93rd. Annual Convention, TBA, Chicago, Illinois.*
- Rodríguez-Cerda, O. (2002). Entrevista a Denise Jodelet. Recuperado de <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/137/13709306.pdf>.

- Romero-Velarde, E. R., & Vásquez-Garibay, E. M. (2008). La obesidad en el niño, problema no percibido por los padres. Su relación con enfermedades crónicas y degenerativas en la edad adulta. *Aspectos clínicos*, 65, 519-521.
- Rozin, P. (1999). Food is Fundamental, Fun, Frightening and Far Reaching. *Social Research*, 66, 9-30.
- Rozin, P., Fischler, C., Imada, S., Sarubin, A., & Wrzesniewski, A. (1999). Attitudes to food and the role of food in life: Comparison of Flemish Belgium, France, Japan and the United States. *Appetite*, 33, 163-180.
- Rozin, P., & Schulkin, J. (1990). Food Selection. In: E. M. Stricker (ed). *Handbook of behavioral neurobiology: Vol. 10. Food and water intake* (pp. 297-328). New York: Plenum Press
- Rozin, E., & Rozin, P. (1981). Culinary themes and variations. *Natural History*, 90(2), 6-14.
- Rozin, P. (1979). The selection of food by rats, humans and other animals. In: J. Rosenblatt, R. A. Hinde, C. Beer, & E. Shaw (Eds.), *Advances in the study of behavior*, vol. 6, pp. 21-76. San Diego, CA: Academic Press.
- Rykman, R. M., Robbins, M. A., Kaczor, L. M. & Gold, J. A. (1989). Male and female raters' stereotyping of male and female physiques. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 15, 244-251.
- Ryle, G. (1971). *Collected Papers (Vol. II)*. London: Hutchinson.
- Schneider, D. J. (1991). Social Cognition. *Annual Review of Psychology*, 42, 527, 561.
- Scitovsky, T. (1992). *The joyless economy: The psychology of human satisfaction (rev. ed.)*. Oxford, UK: Oxford University Press. (Original work published in 1976)
- Simoons, F. J. (1961). *Eat not this flesh*. Madison: University of Wisconsin Press.
- Sparks, P., Shepherd, R., & Frewer, L. J. (1995). Assessing and structuring attitude towards the use of gene technology in food production: the role of perceived ethical obligation. *Basic and Applied Social Psychology*, 16, 267-285.
- Stein, R.I. & Nemeroff, C. J. (1995). Moral overtones of food: judgments of others based on what they eat. *Personality and Social Psychology bulletin*, 21, 480-490.
- Steiner, J. E. (1977). Facial expressions of the neonate infant indicating the hedonics of food-related chemical stimuli. In: J. M. Weiffenback (Ed.), *Taste and Development: The Genesis of Sweet Preference*. Washington, DC: US Government Printing Office.
- Steiner, J. E. (1979). Human facial expression in response to taste and smell stimulation. *Advances in Child Development*, 13, 257-295.
- Telfer, E. (1996). *Food for Thought: Philosophy and Food*. New York: Routledge.

- Toro, J., Cervera, M., & Perez, P. (1988). Body shape, publicity and anorexia nervosa. *Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology*, 23, 132-136.
- Vartanian, L. R., Hernan, C. P., & Wansink, B. (2008). Are We Aware of the External Factors That Influence Our Food Intake? *Health Psychology*, 27(5), 533-538.
- Vartanian, L. R., Hernan, C. P., & Polivy, J. (2005). Implicit and explicit attitudes towards fatness and thinness: The role of internalization of societal standards. *Body Image*, 2, 373-381.
- Vartanian, L. R. (2010). Disgust and perceived control in attitudes towards obese people. *International Journal of Obesity*, 34, 1302-1307.
- Wager, W. & Flores-Palacios, F. (2010). Apuntes sobre la epistemología de las representaciones sociales. *Educación Matemática*, 22(2), 139-162.
- Wagner, W. & Yamori, K. (1999). Can Culture Be a Variable? Dispositional explanation and cultural metrics. In T. Sugiman et al. (Eds.), *Progress in Asian Social Psychology, Vol. 2*. Seoul: Kyoyook-Kwahak-Sa Publishers.
- Weiner, B. (1995). *Judgments of Responsibility: A Foundation for a Theory of Social Conduct*. New York: Guilford Press.

Apéndice I SKAD contexto urbano

La estructura fenomenal	
Problemas	La desconexión de la alimentación y la identidad
Causas	<p>Los intereses económicos de los productores de alimentos: han dado pie a la producción industrial de alimentos y a la aplicación de tecnologías alimentarias en su producción.</p> <p>El paradigma del placer: alimentos que los seres humanos están biológicamente predispuesto a comer; los alimentos altos en azúcar, grasa y/o sal están ampliamente disponible y su consumo frecuente da pie a una desnaturalización de los sabores naturales, menos fuertes de los alimentos.</p> <p>Factores estructurales: la urbanización, el ritmo de la vida, la clase socio-económico (educación, tiempo libre) hacen que la alimentación de la gente común esta en las manos de los grandes actores en el mercado alimentario (la industria alimentaria, la tecnología alimentario, los políticos), quienes no comparten la información sobre su proceso de producción necesaria para tomar las decisiones alimentarias correctas.</p>
Responsabilidades	<p>La industria: la nutrición de la mayoría del público está en las manos de los grandes actores de la industria alimentaria; sus intereses debería estar principalmente con la alimentación de la gente común.</p> <p>Los políticos: Deberían implementar leyes y distribuir información para mejorar la alimentación de la ciudadanía, pero sus intereses económicos no lo permiten.</p> <p>Científicos/médicos: deberían ponerse al lado de los consumidores comunes y no en el lado de las compañías farmacéuticas y la industria alimentaria.</p> <p>El consumidor individual: En el caso en que los factores estructurales (tiempo libre, economía, educación) lo permiten, deberían re-establecer un vínculo entre la alimentación y la identidad y cambiar sus valores básicos, su estilo de vida y sus hábitos alimenticios.</p>
Resolución de problemas	<p>Redefinir los valores detrás y los principios de la producción de alimentos.</p> <p>Retomar conocimientos y hábitos tradicionales.</p> <p>Redefinir valores básicos y estilo de vida.</p> <p>Conocer todos los pasos del proceso de producción de alimentos.</p>
Posición del yo	El consumidor natural consciente: ha establecido un vínculo entre la alimentación y la identidad (y la salud; la calidad de vida) y ha revisado sus valores básicos, su estilo de vida y consecuentemente sus hábitos alimenticios.
Posición del otro	<p>El consumidor natural: consumidores del tiempo pre-industrial/tecnológico en el mercado alimentario; tiene conocimiento espontaneo respecto al comer sano y hábitos naturalmente sanos.</p> <p>El consumidor antinatural: los consumidores que dependen de la industria alimentaria y la alimentación de quienes está desvinculada de un sistema de valores básicos</p>

	Los económicamente ambiciosos: transforman alimentos de entidades naturales en entidades económicas: productos que se vende para obtener beneficios económicos.
Valores	<p>Debería existir una vinculación entre la alimentación y la identidad. La alimentación tiene otros objetivos que el placer.</p> <p>El conocimiento alimentario y los hábitos alimenticios de antes de la industrialización y la introducción de tecnologías alimentarias eran naturalmente natural y sanos.</p> <p>Las ambiciones espirituales/conciencia son más valerosas que las ambiciones económicas.</p>

SKAD II

<p>Los marcos interpretativos</p>	<p>La economía: permite la interpretación del mercado alimentario (convencional) como uno guiado por intereses económicos, en el cual las propiedades intrínsecas de los alimentos están determinadas por su valor económico más que por su valor nutricional. De esta manera el principio del mercado libre en la producción de alimentos ha dado pie a una transformación de los alimentos de entidades naturales y nutricionales en entidades económicas: en algo que “ya no es alimento” además tiene consecuencias para el paleta; puede transformar la experiencia del sabor. Los alimentos industrializados frecuentemente tienen un alto contenido de azúcar, grasa y/o sal; la gente se acostumbra a estos sabores y dejan de apreciar los sabores naturales menos fuertes de los alimentos; así, se podría decir, se “desnaturaliza” los sabores naturales.</p> <p>La identidad: permite la interpretación de los alimentos naturales. Para los informantes el cambio a una dieta que por ejemplo incluye más alimentos naturales no es un cambio en la alimentación principalmente, sino un cambio en la manera de ser; en la identidad. Los informantes establecen un vínculo entre el alimentarse y su identidad; el comer no es un acto aislado sino está integrado en una manera de vivir y una manera de ser. Se considera a esta integración como algo natural en si, como algo que en tiempos pasados existía naturalmente, pero que ha sido oscurecido debido a la introducción del principio del mercado en la alimentación.</p>
<p>La estructura narrativa</p>	<p>“Antes es de la industrialización y la aplicación de tecnologías alimentarias en la producción de alimentos, los alimentos y los hábitos alimenticios (tradicionales) eran “naturalmente natural” y sanos; sin que fuera un objetivo. Los actores importantes en la industria alimentaria, los tecnólogos de la alimentación y los políticos tienen ambiciones económicas. Éstas guían sus acciones más que la salud nutricional del público. El objetivo de la industrialización de la producción de los alimentos y de la aplicación de tecnología en la producción es económico: como se puede producir mucho más con mucho menos recursos. Se empezó a usar sintéticos, colorantes y fertilizantes artificiales, pesticidas, etcétera y se aplicó tecnologías como la manipulación genética. Esto transformó los alimentos de entidades naturales en algo distinto; algo que ya no cuenta como alimento. El símbolo de este antes y después es la revolución verde en la cual se usó la biotecnología (la manipulación genética) para incrementar la producción. El argumento oficial de la revolución verde era el acabar con las hambrunas, pero la razón real era para ganar más dinero con menos inversión. El gobierno tiene la responsabilidad de informar la ciudadanía sobre el proceso de producción de los alimentos, pero sus propios intereses económicos en la industria y la tecnología alimentaria son más importantes. Lo mismo aplica, hasta cierta</p>

	<p>medida a los médicos y los científicos. De esta manera, el público no tiene acceso a la información que necesita para tomar la responsabilidad de su propia alimentación y su alimentación, por tanto, está en las manos de dichos actores. Si los factores estructurales (el ritmo de la vida (tiempo libre), recursos económicos, educación) lo permiten, los consumidores individuales deberían reflexionar a su manera de ser y esto les llegaría a la conclusión que “somos lo que comemos”; que lo que comemos son nuestras células, que va a ser nuestras células, nuestra corazón, nuestras emociones; que la comida no es una entidad por allí, sino que está vinculada con nuestra identidad. Esta concienciación le obligará a uno cambiar su manera de comer, a buscar información respecto del proceso de producción de los alimentos, a conocer todos los detalles de este proceso (qué contiene, de dónde viene, dónde fue criado o plantado y quién fue que lo cortó), a comer más frutas y verduras, granos integrales, semillas, menos carne, lácteos, azúcar o a optar por una dieta especial como la dieta vegetariana o macrobiótica. El objetivo de la concienciación, al final de cuentas, es reconocer el vínculo que existe entre la alimentación y la salud y acercar la alimentación desde un paradigma de salud: el alimento como medicina preventiva en lugar de acercar la alimentación desde un paradigma del placer.”</p>
--	--

Apéndice II SKAD contexto rural

La estructura fenomenal	
Problemas	La desvaluación de “la milpa”
Causas	<p>La estructura actual de trabajo: hasta hace poco casi todos los hombres en el pueblo se dedicaban a la agricultura. Desde hace poco muchos se dedican a e.g. el turismo y el transporte y los alimentos preferidos por los turistas ha desvinculado el pueblo con su alimentación tradicional.</p> <p>La modernización: desde hace un poco más que medio siglo el pueblo está conectado vía autopista con centros urbanos cercanos y debido en parte a esto, la alimentación moderna ha llegado al pueblo (alimentos industrialmente procesados) y la gente busca comida rápida en estas ciudades.</p> <p>La entrada de la industria: hasta hace medio siglo más o menos no existía producción industrial de alimentos en el pueblo ni se vendía alimentos industrializados. Desde hace medio siglo esto está cambiando.</p>
Responsabilidades	<p>Los consumidores: tienen que desvalorar lo industrial, lo malsano y lo moderna y re-valorar la alimentación tradicional y natural (la milpa)</p> <p>Los que trabajan en el turismo: tienen que tomar en cuenta la nutrición y no principalmente la economía</p>
Resolución de problemas	<p>No desvincularse de la alimentación de la milpa</p> <p>Mantener el sistema social y económico tradicional</p> <p>Rechazo moral del consumidor “moderno”</p>
Posición del yo	Consumidor de la milpa: sus hábitos actuales se establecieron en su niñez, aprendiendo sobre todo de su madre y acompañando sus papas a la milpa y al cerro a cosechar y cortar alimentos. Aunque cambios en el estilo de comer han sido posibles prefieren el sabor y el efecto en su salud de su estilo de comer original.
Posición del otro	<p>Los modernos: rechazan la alimentación tradicional (de la milpa, del cerro) como una alimentación de los tiempos pasados.</p> <p>Los jóvenes: están menos acostumbrados a la alimentación tradicional y empiezan a preferir el sabor de alimentos industrializados, procesados y modernos (pizza, hamburguesas)</p> <p>Las madres de familia: tradicionalmente enseñan a sus hijas sobre la alimentación: qué y cómo sembrar, qué y cómo cortar y qué y cómo preparar.</p>
Valores	<p>Cuidar la cultura tradicional de la alimentación de la milpa</p> <p>Producir para la propia alimentación donde posible</p> <p>No comer solo para el buen sabor</p> <p>No ir por la alimentación más fácil y más rápido</p>

SKAD II

<p>Marcos interpretativos</p>	<p>La tradición: el conocimiento respecto a la alimentación natural no es adquirido intelectualmente; no es un conocimiento aislado que se debe de estudiar para aprender; sino es un conocimiento que se aprende naturalmente en la vida cotidiana tradicional.</p>
<p>Estructura narrativa</p>	<p>“Cuando la gente de edad media de hoy eran niños, la mayoría de la gente en la comunidad comió de la propia producción. De la milpa de su familia y de lo que se buscaba en el bosque y el cerro. Era una alimentación natural y por gran parte de origen vegetal. Los productos animales que se comió eran de propio criado. Las madres de la familia tenían mucho conocimiento informal sobre la alimentación (“hay que comer de todos colores” en lugar de: “hay que comer vitaminas”) y la comida era simple pero sabroso (quesadillas de quelites). Con los cambios en el mercado laboral (más turismo y menos agricultura) y en el mercado alimentario (más importación, la entrada de la industria, los puestos que venden a turistas) algunos se desvincularon de estos orígenes alimentarios: no tienen el tiempo (debido al trabajo no agrícola) o no tienen la motivación (flojera) para sembrar y crecer sus propios alimentos. Se desvincularon del sistema social y económico de la milpa. Para ellos la alimentación debe de ser fácil y rápida y empiezan a preferir el sabor de la alimentación industrialmente procesada y moderna sobre el sabor de la alimentación de la milpa. El turismo tiene que ver en el sentido de que los trabajadores venden lo más deseado; alimentos con sabores fuertes (tacos, itacates; con muchos condimentos y mucha carne). La gente local se ha acostumbrada a comer de los puestos también. No hay (suficiente) reflexión moral sobre la calidad de esta alimentación: el criterio más importante es la economía (vendedores) o el sabor (consumidores) y no la conservación de la tradición y los vínculos sociales que el sistema de la milpa establece. Muchos jóvenes de hoy no han aprendido comer de la milpa y han perdido la apreciación de los sabores de la milpa: están acostumbrados y prefieren los sabores de los alimentos industrialmente procesados y modernos. Por parte son los cambios en el mercado laboral y la modernización de la comunidad (importación de alimentos; restaurantes de comida rápida y moderna) que han causados estos cambios, pero los individuos mismos y los padres de la familia tienen una responsabilidad también: tendrían que reflexionar moralmente sobre su estilo de comer, tendrían que sembrar y crecer su propios alimentos donde pueden y no tendrían que ir por la opción más fácil y rápida.”</p>