

Alimentos disfrazados. De la metáfora al fraude

Misleading Foods. From the Metaphor to the Food-Fraud

Rafael DÍAZ MADERUELO

UCM

Recibido: 12.01.05

Aprobado: 14.09.05

RESUMEN

Toda elaboración culinaria supone una transformación de los alimentos. En ocasiones la habilidad técnica de cocineros, domésticos o profesionales, ha permitido disfrazarlos para representar ciertos aspectos de la realidad. Desde la implantación del sistema alimentario mundial de producción industrial, las formas de disfrazar los alimentos de han trasladado de la cocina a las industrias y, con frecuencia, se han convertido en técnicas de adulteración y fraude, hasta tal punto que en la actualidad expresiones como «saber lo que comemos» se basan solamente en la confianza que el consumidor deposita en ciertos legitimadores como las marcas y las etiquetas.

PALABRAS CLAVE: Alimentos disfrazados, adulteración alimentaria, fraude alimentario.

ABSTRACT

Every culinary elaboration supposes a transformation of meats. In several occasions the domestic or professional culinary ability has permitted to mislead foods to represent some aspects of reality. Since the rise of the World Food System of Industrial Production, the traditional proceedings of misleading foods have been moved from the kitchen to the alimentary industries and, frequently, the have been converted in technological ways of adulteration and food-fraud, until such point that —at present— expressions as «to know what we eat» are based only in the confidence that the consumer deposits in certain marks and labels.

KEY WORDS: Misleading meats, food adulteration, food fraud.

SUMARIO

Introducción. 1. Saber lo que comemos: el caso de las hamburguesas comerciales. 2. Disfraces culinarios. 3. Ostentación y ocultamiento como principios culinarios. 4. La elaboración culinaria de disfraces alimentarios. 5. La mesa como escenario. La comensalía como representación. 6. La producción industrial y el enmascaramiento de las materias primas. 7. Garantías de seguridad alimentaria. La etiqueta como un nuevo disfraz. 8. Conclusiones.

«Cierra ahora los ojos y supón que estás comiendo no vísceras humanas, sino... Encontraremos algún aderezo con que cambiar su sabor. Pues por sí misma no es agradable ninguna carne, pero con técnica se aliña y se hace llevadera a todo estómago que la rechaza».

(PETRONIO, Satiricón: § 141)

INTRODUCCIÓN

En *La casa de Lúculo*, ridiculizaba Julio Camba, no sin ironía, la costumbre de transformar las materias primas en los fogones de tal manera que ni el más sagaz de los comensales podría saber lo que realmente estaba degustando:

«...desconfiemos de esas señoras que presumen de ser excelentes guisanderas diciéndole a uno:

«¿Cuándo viene usted a comer a casa? Hago yo unas croquetas de pollo que parecen realmente de jamón y preparo unas empanadillas de jamón que a todo el mundo le saben a pollo...»

.....

«A ver si adivina usted de qué es este timbal —le pregunta a uno la dueña de la casa, presentándole un plato».

«Y como no hay manera de que uno lo adivine, la buena señora sonrío...»

«—Es un timbal de merluza...pero ¿verdad que parece más bien de macarrones?...» (CAMBA, 1997: 181)

Es probable que Camba no se detuviera a pensar que en esos mismos textos se encontraba implícita¹ una posible razón de tal conducta: la valoración que esas amas de casa, reales o ficticias, expresan sobre su habilidad personal, considerándose capaces de conferir a una sustancia la apariencia de otra, como un artista puede transformar un bloque de piedra, un lienzo o un cuaderno pautado en imágenes que evocan otra realidad. En lugar de ello, el crítico gastronómi-

co no vaciló en decantarse por un tipo de cocina respetuoso con las materias primas y su actitud denotaba que compartía las preferencias declaradas por buena parte de los consumidores de muchos otros lugares y épocas.

«A la hora de comer hay que saber tanto lo que se come como con quién se come...» (CAMBA, 1997: 182).

Al indagar si, en el pasado, la costumbre de respetar la apariencia natural de las materias primas para facilitar su reconocimiento, era más frecuente que los procedimientos para enmascarar su identidad, se puede comprobar que éstos últimos no constituyen prácticas excepcionales en la manipulación de los alimentos, sino que existen referencias a ellas en la mayoría de los textos históricos y literarios con temática gastronómica. Además, en la actualidad, dichas prácticas, si bien sólo son características de algunas cocinas, se ejercen en la mayor parte de los sistemas de producción de alimentos.

Esta última afirmación indica algo bastante obvio: que no sólo existen formas de ocultar la identidad de los alimentos durante el proceso culinario propiamente dicho; es decir, desde su adquisición hasta su presentación en la mesa, sino que también pueden documentarse numerosos procedimientos para disfrazar las materias primas, por medio de la suplantación o la alteración de sus cualidades, que se han visto incrementados con el desarrollo de la producción alimentaria industrial, hasta el punto que actualmente puede afirmarse que se aplican a la práctica totalidad de los productos consumidos.

En las últimas décadas la producción científica en torno a la innovación tecnológica de la producción alimentaria ha generado un abundante *corpus* bibliográfico en el cual se manifiestan, más o menos veladamente, justificaciones o detracciones de dicha práctica. (HUERGO COYA, 2002), Recientemente varios autores, desde el campo de la antropología (CONTRE-RAS, 1995a y 2002, FISCHLER, 1995, GRACIA ARNAIZ, 1996 y 1997, MILLÁN, 2002).² vienen dirigiendo su atención hacia los proble-

¹ En general advierte José Luis García «Si no hiciéramos distinción alguna entre el discurso explícito y el discurso implícito, no tendría sentido hacer análisis del discurso» (2000. 81).

² Desde otra perspectiva también Jesús Contreras, en un artículo titulado precisamente ¿Sabemos realmente lo que comemos? (1995b: 381-409), se ha referido a los errores que pueden producirse al intentar determinar el carácter del consumo de una población como la española a partir del empleo exclusivo de datos cuantitativos.

mas que plantea el desconocimiento de la identidad de los alimentos, centrándose exclusivamente en las alteraciones de las materias primas en los procesos de producción a gran escala, abastecimiento y consumo en el sistema alimentario vigente en las sociedades actuales. Sin embargo, en estas obras se echa en falta una mirada hacia las formas empleadas desde antiguo para disfrazar los alimentos en los procesos culinarios propiamente dichos que, con toda seguridad, constituyen el modelo para la producción industrial.

El propósito de estas líneas es plantear una reflexión, pero no sólo sobre las prácticas destinadas a modificar las cualidades de las materias primas, que se iniciaron cuando la producción de alimentos se fue distanciando de los lugares de consumo y que actualmente se extienden a la casi totalidad de las formas de producción industrial a gran escala, propia del modelo socioalimentario predominante, sino también sobre los motivos que fundamentan la costumbre de enmascarar algunos alimentos durante los procesos culinarios, pues en las ideas que sustentan ambos tipos de prácticas se observan semejanzas, que pueden atribuirse a categorizaciones culturales similares.

Para abordar el análisis parece conveniente tener en cuenta las contradicciones que se observan entre dichas prácticas y las valoraciones explícitas o implícitas que denotan los discursos elaborados sobre ellas en diferentes contextos. De forma paralela, en los discursos hay referencias a los medios por los cuales, algunos sectores sociales, recelosos de la autenticidad de los comestibles, intentan alcanzar un estado mental de confianza, toda vez que la falta de certeza sobre la identidad de los alimentos provoca en ellos temor al riesgo al no conocer exactamente lo que comen.

Basaré mi argumentación en algunos textos de diferentes autores que, desde campos como la antropología, la historia y la crítica gastronómica, se han ocupado, con mayor o menor intensidad, de cuestiones como la ocultación o suplan-

tación culinaria de los comestibles o de las percepciones sociales de los riesgos alimentarios³. Asimismo emplearé fragmentos de declaraciones incidentales de algunos agentes sociales, no espontáneas, sino inducidas, recogidas en situaciones significativas desde el punto de vista de las prácticas alimentarias, concretamente en algunos establecimientos de comida rápida de Madrid. A partir de las informaciones que proporciona el conjunto de estos materiales y de las contradicciones observables entre los discursos y las prácticas, propongo, en última instancia, una reflexión sobre el sentido de expresiones como «saber lo que comemos».

1. «SABER LO QUE COMEMOS»: EL CASO DE LAS HAMBURGUESAS COMERCIALES

Aunque el interés por identificar las sustancias alimenticias constituye un fenómeno generalizado en la alimentación humana⁴, «saber lo que comemos» recibe una especial relevancia en momentos como el actual, en que la mayor parte de los consumidores se encuentran cada vez más alejados de los centros de producción de alimentos –y no sólo físicamente⁵–, por lo cual difícilmente se puede conocer con exactitud su identidad, su procedencia, sus procesos de manipulación, almacenamiento, conservación, elaboración culinaria, etc.

A todo ello se une el hecho de que, paralelamente al desarrollo de la industria alimentaria a gran escala, no pocos empresarios, inducidos por el afán de optimizar los rendimientos del capital invertido, se han involucrado en el empleo de técnicas de adulteración y fraude, que cuentan ya con una larga trayectoria histórica. (GOODY, 1995a: 307-331; GOODY, 1995b: 220-224; FISCHLER, 1995: 211 y ss). Sin duda el fraude reviste muchas formas, desde la suplantación de un producto por otro, frecuente en pescados y carnes: cerdo por ternera, caballo por buey, perca por mero, rape por langosta, etc.,

³ Especialmente DOUGLAS, M (1996)

⁴ La incorporación al organismo de cualquier sustancia es el resultado de un proceso de identificación y selección de acuerdo con criterios que la clasifican previamente como comestible

⁵ La expresión alejamiento entre el productor y el consumidor, tal como está empleada en el texto, debe entenderse como la base del desconocimiento de los procesos de transformación de las materias primas alimentarias, determinado por la producción industrial y la comercialización a gran escala. Al contrario, en una economía campesina tradicional, el propio consumidor conoce la mayor parte de esos procesos de manipulación, porque suele ser él mismo quien los lleva a cabo.

hasta la adulteración por el empleo de hormonas u otras sustancias en el cebado de reses y pescados de piscifactoría, la mezcla de aceites con grasas animales, o la de harinas de diferente origen, etc.

Para responder a cuestiones como qué significa «tener certeza de» o «saber» qué es lo que se come es necesario realizar previamente algunas precisiones en torno a ideas como la certeza, la confianza, el recelo y la percepción individual o social de la seguridad y los riesgos alimentarios. Por ejemplo, en la frase que da título a este epígrafe, 'saber' se emplea en su acepción corriente, equivalente a 'tener certeza', 'estar convencido' o incluso 'creer', pero conviene aclarar que, aunque en el lenguaje ordinario suelen emplearse indistintamente expresiones como «sé», «tengo por cierto», «estoy seguro de», «lo creo», etc., sin embargo, en sentido estricto, esas expresiones no significan lo mismo, como precisó al respecto Ludwig Wittgenstein en su obra *Sobre la certeza* (2003b).

Un ejemplo, tomado de una situación bastante común desde hace algunas décadas en sociedades urbanas, puede ayudar a comprender estas distinciones. Se trata de la práctica de consumir hamburguesas en alguno de los establecimientos que anuncian su mercancía con imágenes de marca y un envoltorio publicitario suficientemente atractivo para lo que puede considerarse como el segmento biosocial de los pre-adolescentes. Aunque la práctica se manifiesta a escala mundial (LANGDON, 1986, RITZER, 2000, WATSON, 1998), consideraré exclusivamente en la ciudad de Madrid⁶ que, si bien no forman parte de una investigación sistematizada, pueden ilustrar algunas reflexiones acerca de la certeza y la confianza sobre la calidad de los alimentos y los niveles en que esos conceptos suelen recibir validación social.

Es frecuente que muchos de los discursos que genera esta práctica, especialmente entre la población adulta, impliquen valoraciones opuestas a las de los jóvenes sobre el carácter de ese tipo de consumo. Las referencias más frecuentes en los discursos de los adultos incluyen enunciados como: «a saber lo que les meten», «eso

tiene de todo menos carne», «las hacen con las peores partes del animal, lo que nadie quiere», «a ver si va a ser carne de vacas locas», etc. Casi siempre aluden al desconocimiento de la clase de productos empleados en la elaboración de las hamburguesas. Por ejemplo:

«Sólo algún domingo vamos por ahí a comer a un chino o así, porque con los chicos... A ellos les gustan más las hamburguesas, pero yo no sé de que están hechas, de todo menos de carne, prefiero que coman algo en casa... Ahora que, cuando no tenemos cena, encargamos unas pizzas. Es mejor» (Casada, 34 años, con dos hijos)

Al contrario, las reticencias expresadas en el discurso de los adultos no aparecen en las declaraciones del grupo biosocial de referencia, toda vez que el ropaje publicitario del producto y el ámbito de sociabilidad (MARTÍNEZ GUIRAO, 2003) en el establecimiento difícilmente podría remedarse en el hogar. Las respuestas de los pre-adolescentes a veces justifican su preferencia solamente por el sabor, pero más frecuentemente en relación con la situación en que consumen este tipo de preparaciones.

«En mi casa no es igual, a mi madre no le salen tan buenas; me gustan más las de aquí». (Varón de 10 años)

«A mí me gustan mucho (las hamburguesas), y vengo con mi padre» (Varón de 6 años).

«Es más divertido, porque estás con tus amigos, no sé, por ejemplo en los cumpleaños... y te dan cosas»⁷ (Varón 7 años, escolar)

Durante algún tiempo, especialmente cuando el consumo de carne descendió al dispararse la alarma social por el temor, muy generalizado, a contraer la enfermedad de Creutzfeldt-Jacob, la respuesta a esas consideraciones por parte de las empresas se orientó precisamente a remarcar la calidad de los ingredientes, poniendo énfasis en su enumeración con indicaciones de procedencia e incluso de marca. Más recientemente la oferta se ha orientado hacia ensaladas, yogures etc., quizás esta estrategia está orientada a evitar el impacto negativo que ha supuesto el resurgi-

⁶ Morgan Spurlock ha dirigido en 2004 el documental *Super Size me*, sobre el consumo de comida rápida en Estados Unidos, una de las causas del aumento del porcentaje de personas con sobrepeso, obesidad, hipercolesterolemia, etc. en la población.

⁷ Sobre el consumo ritualizado en los establecimientos McDonald's puede verse CALVO CALVO, 1993: 246-247 y KOTTAK, 2002: 359-361.

miento de varios rumores y mitos urbanos en relación con el empleo de carnes espurias⁸, dirigidos a dos empresas en particular, lo cual indica que en su origen debían tener alguna intencionalidad relacionada con la guerra comercial. Una de las versiones de estos mitos, revitalizada hace pocos años en Argentina y muy difundida por internet en lengua castellana, reza así:

«Si ustedes creen que lo que comen en McDonald's es «carne de soja» o carne de caballo, después de leer lo que sigue, desearían haber comido la nutritiva «carne de soja» y la nada tóxica carne de caballo.

Según fuentes autorizadas de la Universidad Estatal de Michigan, trascendió recientemente, que la carne que utiliza McDonald's para sus hamburguesas, proviene de unos auténticos bultos sin patas y sin cuernos, que son alimentados por medio de tubos conectados a sus estómagos y que de hecho no tienen huesos, sino un poco de cartilagos que nunca llegan a desarrollarse.

Quienes los han visto, aseguran que son cosas muy desagradables, pues además de permanecer inmóviles toda su «vida», no tienen ojos, ni cola y prácticamente no tienen pelo; de hecho, su cabeza es del tamaño de una pelota de tenis y lo único que sobresale es lo que les queda de «boca». La manipulación genética de la cual son resultado, los convierte en verdaderas cosas inanimadas con una horripilante apariencia gelatinosa. Cuando el gobierno intentó obligarlos a retirar de sus anuncios que sus hamburguesas tenían carne de res, ellos argumentaron que en latín «res» significa cosa, y que ellos producían carne de cosa, por lo que argumentaron que sí podían decir que era carne de res.

Aunque dicho argumento es bastante rebatible y fraudulento, se dice que con todo el poder económico que los respalda, habrán sobornado a muchas personas, en diversos puestos, a muy altos niveles gubernamentales.

Por eso, McDonald's se permite el lujo de anunciar que lo que le meten a sus hamburguesas es 100% carne de RES, o sea carne de «cosa», es decir, de esas cosas que se sabe hacen crecer en pseudo establos y con procedimientos de dudosa ética. Pero nunca verán que exista ninguna leyenda o anuncio en donde McDonald's diga que la carne que utilizan es de «Ganado Vacuno», que es el nombre apropiado para designar genéricamente a toros y vacas. Las sustancias y toxinas que desarrollan las «cosas» que cría McDonald's, producen con el paso del tiempo daños irreversibles en la salud.⁹

A pesar de la difusión de mitos urbanos como el de referencia, en nuestro país el consumo de hamburguesas aumenta y actualmente constituye el 52 % del mercado de comida rápida, frente al 34 % de pizzas y el 14 % de sandwiches.¹⁰ Y sin embargo, los discursos de muchos adultos con valoraciones negativas hacia este tipo de alimento no han variado significativamente y, continúan manifestando explícitamente una valoración más alta de las preparaciones a base de carne picada elaboradas en el propio domicilio.

«En casa comen filetes rusos cuando los hago yo, como las albóndigas; ...siempre les digo que no tomen esas cosas por ahí, tampoco croquetas, porque a saber lo que les meten. Pero cuando salen con el padre, como es más cómodo para él, y les gusta (a los hijos), les lleva a un Burguer King de esos y ahí vete a saber lo que comen» (Divorciada de 36 años con dos hijos de 5, 7 años).

Cuando los adultos de una unidad familiar trabajan fuera del hogar, el tiempo dedicado a la elaboración culinaria doméstica disminuye considerablemente y en ocasiones redundando en la adquisición de platos preparados que sólo es necesario calentar o terminar de cocinar ligeramente.

⁸ Estos mitos y rumores, al margen de su significado tienen un sentido contrario al de la publicidad y en definitiva se fundamentan en la desconfianza que produce la falta de certeza sobre la autenticidad de un alimento. Por esa razón las empresas suelen renovar sus campañas publicitarias para contrarrestar el impacto del mito en los consumidores, como fue el caso del rumor, bastante inverosímil, sobre el empleo de gusanos por parte de la empresa Mc Donald's para elaborar sus hamburguesas, que se originó Estados Unidos entre 1978 y 1982 y fue implícitamente desmentido por la publicidad que garantizaba la identidad de las materias primas empleadas.

⁹ Marcelo Pizarro ha escrito un ensayo sobre este y otros mitos urbanos relativos a McDonald's, y Coca-Cola (2004: 52-76). Pueden consultarse otras versiones dirigidas tanto a McDonald's como a Kentucky Fried Chicken, en las siguientes páginas:

www.subneo.net/amedea/animalia/2003/diciembre1/noticia04.html

www.navego.com.ar/articulos/que_rica_comida.htm

www.caretas.com.pe/2002/1725/columnas/mal.phtml

<http://club.telepolis.com/leyendasurbanas/>

<http://www.rompecadenas.com.ar/leyendas.htm>

¹⁰ Según datos publicados por el periódico El Mundo, 10 de octubre de 2004, p. 46.

En esos casos son los fines de semana cuando más se realizan preparaciones en la cocina

«Mi madre pica la carne en casa, pero yo no puedo; yo la compro ya picada, como no tengo tiempo...llegas a casa del trabajo y no tienes tiempo de ‘meterte’ mucho rato en la cocina, pero yo hago pocas cosas con carne picada, si acaso alguna vez albóndigas, los fines de semana, pero hamburguesas nunca, que las tomen fuera si quieren» (Casada, 28 años, 1 hijo)

Por otra parte también puede observarse una contradicción entre el discurso adulto y su práctica, pues la certeza sobre el tipo de carne empleada para elaborar hamburguesas en el propio domicilio no siempre ofrece garantías de fiabilidad, a no ser que se elija una parte determinada y se proceda a picarla personalmente.

«La carne picada... la pico yo en casa, así yo sé lo que echo, le pongo pan rallado, huevo, ajo, perejil,... la sal...No me fio de esos establecimientos» (Casada, 54 años, sin hijos en casa).

En este caso, a pesar de la rotundidad de la expresión «yo sé lo que echo», tampoco la seguridad¹¹ sería mucho mayor pues el consumidor suele desconocer los códigos de ‘trazabilidad’¹² de los productos empleados; es decir, casi siempre ignora la procedencia de las reses de las que se seleccionaron las piezas empleadas, y es más frecuente que se deje llevar por la confianza depositada en la veracidad del carnicero. Por tanto, si la expresión «yo sé lo que echo», se basa solamente en la confianza, la posibilidad de error es considerable. Como afirma Wittgenstein: «Se puede decir ‘El lo cree, pero no es así’, pero no ‘El lo sabe, pero no es así’ ...sería posible hablar de un estado anímico de convicción. Y tal estado de ánimo podría ser el mismo tanto cuando se supiera como cuando se creyera erróneamente...». (2003b: § 42).

Por lo demás en la elaboración de una hamburguesa y en su presentación, aparte de carne picada, se emplean otros ingredientes y, si se ofrece como bocadillo, un pan especial, general-

mente cubierto de sésamo, lechuga, cebolla, tomate, mostaza, alguna otra salsa y opcionalmente queso. Las posibilidades que tiene un elaborador doméstico de hamburguesas para conseguir seguridad alimentaria a partir de la certeza de que dichos ingredientes sean genuinos, es decir para convertir su certeza subjetiva en conocimiento objetivo, requerirían una inversión de tiempo poco razonable y en la mayoría de los casos no superarían las expectativas de sabor de la peor de las hamburguesas industriales.

Hace algunos años José Mataix Verdú y sus colaboradores publicaron el análisis de una completa colección de productos alimentarios disponibles en España, desde el punto de vista de su contenido en nutrientes. Entre otras marcas los autores analizan la Hamburguesa Big Mac de McDonald’s. El resultado es el siguiente:

Porción comestible	100,00	gramos
Proteína	11,72	gramos
Grasa	15,07	gramos
Grasa saturada	4,23	gramos
Grasa monoinsaturada	8,42	gramos
Grasa poliinsaturada	0,63	gramos
Colesterol	47,91	miligramos
Carbohidratos	19,77	gramos
Calcio	119,10	miligramos
Hierro	1,86	miligramos
Yodo	68,37	microgramos
Magnesio	17,67	miligramos
Zinc	2,19	miligramos
Sodio	441,90	miligramos
Potasio	110,20	miligramos
Fósforo	146,00	miligramos
Tiamina (B1)	0,22	miligramos
Riboflavina (B2)	0,19	miligramos
Piridoxina (B6),	0,13	miligramos
Vitamina B12	0,84	microgramos
Ácido ascórbico (C)	0,78	miligramos
Ácido fólico	9,77	microgramos
Niacina, (Eq. niacina),	3,17	miligramos
Vitamina A (Eq. retinol),	49,30	microgramos
Vitamina D	0,38	microgramos

(MATAIX VERDÚ, 1998: 303).

¹¹ Puede entenderse el concepto de seguridad en un doble sentido. Por ejemplo podría expresarse en el discurso un enunciado como el siguiente: «Estoy seguro (estado mental subjetivo) de que ese alimento es seguro (condición objetiva)». En este caso la expresión seguridad se toma en el primer sentido.

¹² Actualmente, la trazabilidad sólo es obligatoria en el sector de la carne de vacuno. Se trata de un sistema de códigos que permite al consumidor seguir la pista del producto desde el lugar donde se crió el animal, pasando por el matadero y sala de despiece, hasta el establecimiento que lo distribuye.

¿En que medida cambiaría el discurso de un potencial consumidor acceder a un análisis como el precedente? Salvo para algunos especialistas, como los endocrinólogos, los pediatras, los gerontólogos, los tecnólogos de los alimentos o los dietistas, conocer la medida exacta de los nutrientes de un plato puede resultar irrelevante; sin embargo la divulgación del conocimiento científico entre el público en general y su utilización en muchos mensajes publicitarios está modificando los criterios de categorización de los alimentos por parte de los consumidores, en cuyos discursos afloran elementos que antes no estaban presentes a la hora de calificar un producto como «rico» en fibra, en vitaminas, en minerales, «light», «ecológico», «funcional», etc.

En la actualidad la manipulación fraudulenta es susceptible de aplicarse a la mayoría de los productos alimentarios y ha alcanzado formas bastante sofisticadas y proporciones considerables, lo que ha llevado a la promulgación de leyes específicas en buen número de países y, además, ha supuesto el desarrollo de especialidades en biología y química analítica para determinar cualitativa y cuantitativamente la presencia de adulteraciones¹³. En esta situación, el consumidor contemporáneo se ve obligado a admitir que desconoce la naturaleza de lo que come y se ha instalado, al menos en las sociedades donde no se sufre escasez de alimentos¹⁴, la idea de que la autenticidad de los productos, establecida por intereses espurios, es una verdad sospechosa.

En este punto parece pertinente preguntarse por qué importa tanto saber que lo que se come es un alimento concreto y no un sucedáneo o ese mismo alimento camuflado. Esta cuestión

podría responderse con relativa facilidad si se tiene en cuenta que la alimentación humana no es una práctica indiscriminada. En efecto, a pesar del carácter omnívoro de la especie, la selección de los recursos potencialmente disponibles en comestibles o no (FISCHLER, 1995), juega un papel importante en relación con la supervivencia¹⁵, la satisfacción del gusto individual y las categorizaciones culturales¹⁶

2. DISFRACES CULINARIOS

Propongo emplear el término «disfraz», como lo que desfigura una cosa con el fin de que no sea conocida, para expresar una diferencia de grado en la transformación de los alimentos, que sin embargo es propia de toda elaboración culinaria. Al mismo tiempo el término disfraz resume la práctica cultural del enmascaramiento, que consiste en encubrir la identidad, para aparentar otra. Actualmente dicha práctica se ha extendido también a la producción y comercialización de las materias primas. Si toda cocina supone una transformación de los alimentos; el grado de intensidad de esa transformación podría medirse en función inversa del reconocimiento de los ingredientes empleados una vez presentados para el consumo. Aquí radica una primera contradicción entre la práctica alimentaria de muchas sociedades y los discursos que promueve, pues si bien los alimentos se ingieren siempre transformados¹⁷, al mismo tiempo la mayor parte de los consumidores declaran que necesitan identificar lo que comen y consecuentemente prefieren que la elaboración culinaria no impida su reconocimiento.

¹³ La obligación de declarar la clase y la cantidad de los ingredientes que componen un producto ha impulsado el desarrollo de técnicas de análisis del ADN contra el fraude alimentario, que permiten, por ejemplo, identificar qué especies y en qué proporción forman parte de compuestos alimenticios derivados de la pesca, como los sucedáneos de cangrejo, las gulas, etc.

¹⁴ Aunque siempre se puede constatar la selección de los alimentos, en las situaciones de escasez, hambruna o alimentación de supervivencia, los recelos tienden a disminuir o desaparecer

¹⁵ Por ejemplo, confundir una especie comestible con otra venenosa al consumir hongos y setas silvestres puede provocar disfunciones orgánicas graves o incluso la muerte,

¹⁶ Al margen de las preferencias gustativas, las prescripciones y proscripciones religiosas juegan un papel decisivo en esa necesidad de saber lo que se come. Por ejemplo cuando, como consecuencia de los procesos migratorios, disminuye la posibilidad de evitar alimentos prohibidos en los países de destino. A este respecto resulta significativa la actitud de un inmigrante marroquí en una población de la sierra de Guadarrama, que se negaba a consumir patatas fritas de una determinada marca. Preguntado por qué esa negativa, no contestó. Pero un compañero suyo aclaró que no las comía porque era musulmán y desconfiaba de que hubieran sido fritas en un aceite empleado también para elaborar cortezas de cerdo. El recelo, mostrado de forma escrupulosa, ponía de manifiesto su inseguridad acerca de la «pureza» del alimento, pero al mismo tiempo, al impedir la acción, le proporcionaba la certeza de no infringir la prohibición coránica.

¹⁷ Incluso el consumo de productos silvestres, como bayas, drupas, raíces, trufas, hongos, moluscos, insectos, etc. supone selección, recogida en momentos determinados, limpieza, corte, etc.

A partir de esta contradicción se ha generado históricamente una controversia, no siempre explícita, entre los partidarios de que la cocina permita el reconocimiento de los productos empleados y aquellos que prefieren, o al menos toleran, elaboraciones menos evidentes de las materias primas. La controversia encuentra expresión, en la práctica, en la oposición que puede establecerse entre las preparaciones culinarias que pretenden reproducir, casi sin cambios, los aspectos de la materia prima original cruda o viva¹⁸ y aquellos otros en que la cocina, como proceso cultural de transformación, ofrece presentaciones de los alimentos que en nada recuerdan a sus ingredientes originales.

Esta oposición resulta especialmente patente en relación con la doble estrategia para consumir carne propuesta por Noëlie Vialles (1987): la «zoofagia» y la «sarcofagia». La primera propone preparar y presentar el animal entero, es decir, la individualidad del cuerpo, por ejemplo un ave, un pescado, algunos mamíferos de pequeño tamaño, como lechones, corderos, conejos o sus miembros completos; mientras que la segunda consiste en consumir la carne de manera que sus partes no puedan reconocerse, por ejemplo en filetes, como carne picada o salchichas; esto es, la carne anónima. Claude Fischler (1995: 127 y ss) se refiere a esta oposición y deja entrever que la zoofagia es arcaizante, mientras que la sarcofagia es el resultado del proceso de «desanimalización» de la comida que acompaña a la civilización y, al mismo tiempo, como consecuencia de la industrialización de la actividad alimentaria, es característica de la modernidad. (1995: 210 y ss.). Sin embargo esa conclusión, sin ser completamente falsa, no pasa de ser una generalización que contradice el sentido de muchos textos de crítica gastronómica y las apreciaciones de numerosos consumidores que, como se ha afirmado más arriba, declaran abiertamente su preferencia por las materias primas reconocibles, al igual que sucede también en otros contextos socioculturales

Sin embargo, en muchos casos, durante el proceso de formación del gusto individual espe-

cialmente en la adolescencia, existe una tendencia a evitar las vísceras o la sangre, que en ocasiones se manifiesta como una aversión perdurable a lo largo de toda la vida. Esta tendencia, bastante generalizada actualmente en nuestra sociedad, tiene repercusión en la disminución de los establecimientos de casquería y que en los mercados se exhiban cada vez menos, hígados, corazones, callos, etc. sin cortar, filetear y envasar. Por otra parte la transformación culinaria, por la descaracterización de las materias primas que conlleva, juega un papel importante en la aceptación de algunos de estos productos. Es el caso, del rechazo manifiesto por el hígado y el gusto por el *foie* que expresan algunas personas. También es relevante en este sentido que en las sociedades que consumen cerdo, numerosas personas sienten repugnancia por la sangre del animal, pero consumen gustosamente todo tipo de morcillas.¹⁹

Eduardo Archetti ha replanteado esta oposición cuando en su análisis de la identidad de la cocina nacional argentina se refiere al *asado*, en estos términos:

«El asador debe, antes que nada, dominar la técnica de asar trozos grandes de carne...El asado permite al comensal atento experimentar (o mejor imaginar si es presionado en esa dirección) la reconstrucción del cuerpo del animal muerto. El asado está basado en la individuación de las partes y en un orden que comienza con las achuras, continua con la costilla (la tira) y termina con los músculos (la entraña, el vacío o el lomo)... En la hamburguesa o en las salchichas... el proceso es sintético y no analítico ya que las partes de carne utilizadas y picadas construyen un nuevo todo en el que es imposible encontrar la naturaleza (el cuerpo) del animal...» (ARCHETTI, Eduardo P. 2000).

En definitiva parece que la aceptación o el rechazo de las manipulaciones culinarias que implican un camuflaje de los alimentos podría deberse, por parte del consumidor, simplemente a una cuestión de preferencias y, por parte del elaborador, a una exhibición de habilidades téc-

¹⁸ Lo vivo se considera garantía de frescura. Algunas sociedades manifiestan la preferencia por ingerir moluscos vivos, como las ostras o las almejas, etc. Es también característico de algunas cocinas americanas, africanas y asiáticas consumir algunos insectos vivos.

¹⁹ Una imagen brutal de la transformación culinaria aparece en la obra cinematográfica de Liliana Cavanni *La piel*, basada en la novela homónima de Curcio Malaparte, cuando unos oficiales, al terminar de degustar un plato de rabo de toro, observan cómo uno de ellos ha dispuesto los huesos en el plato representando una mano humana. Todos elogian su habilidad, pero él responde que no tiene mérito, porque disponía de todas las piezas.

nicas para disfrazar el aspecto de las materias primas después de cocinadas. Sin embargo, parece que actualmente la vieja controversia se ha transformado en una más de las paradojas de la alimentación humana, porque, si bien cuando se confiaba en la autenticidad de las materias primas, la desconfianza se dirigía hacia los procedimientos de disfrazarlas o transformarlas de manera que viesan alterada sustantivamente su naturaleza, en la actualidad, cuando se busca la autenticidad y la calidad de los productos comestibles, el recelo se manifiesta ante su dudosa identidad, especialmente si han sido producidos industrialmente, por las posibilidades de adulteración y fraude. Ya no se trata, por ejemplo, de equivocarse al elegir un aceite inapropiado, sino que, una vez elegido el que se considera más conveniente por sus propiedades explícitas en la etiqueta, se duda ante la posibilidad de haber adquirido una mezcla que, en ocasiones, puede llevar incluso alguna grasa de origen animal en su composición. A la alimentación industrial se le reprocha que se ha convertido en «un sucedáneo, un Ersatz²⁰, un trampaño o una ‘trampapapila’. El alimento moderno ya no tiene identidad, pues no es identificable.» (FISCHLER, 1995: 211). Si como sostiene Wittgenstein «El saber se fundamenta, en último término, en el reconocimiento». (*Sobre la certeza*: § 378), en el momento actual la imposibilidad de reconocer la naturaleza de muchos alimentos hace imposible saber qué se come. Además, reconocer equivale a conocer de nuevo. A este respecto no dejan de sorprender algunos mensajes publicitarios que incluyen expresiones del tipo «un sabor como el de antes», pues se dirigen necesariamente a quien ahora puede reconocer en el producto características que ya ha degustado en alguna ocasión anterior. Pero ¿qué clase de referente es ‘un sabor como el de antes’ para quien careciese de experiencia en relación con dicho sabor si sólo pudiese formarse una imagen gustativa de él a través de una expresión lingüística, y no lingual? La cognición —saber— está relacionada con el sabor —sensación—, también etimológi-

camente²¹, y la ocultación del sabor o su suplantación implica equívoco, imposibilidad de conocimiento; es decir, ignorancia.

En la mayoría de las ocasiones, la imposibilidad de reconocer un alimento no se debe solamente a razones subjetivas, sino que es el resultado de la pérdida de sus cualidades sufrida en los procesos de producción, transporte, almacenaje, precocinado, etc. Amado Millán ha contrastado la falta de identidad de los alimentos con las representaciones que la publicidad realiza de ellos con el fin de legitimar su calidad y garantizar su seguridad:

«La desidentificación del alimento (*ocni* fischleriano..., prisión clandestino...) pone en peligro la identidad del comensal...La distancia entre un *producto* alimentario (cultivado y transformado) y la representación *socioindividual* de un *alimento* (vacas dispersas en un verde prado) se muestra en la tendencia socioalimentaria actual a escamotear la tecnología y espectacularizar la *naturaleza*, sobre la que juega la publicidad (Gracia Arnaiz, 1998). Los valores adoptados privilegian, dentro de lo sano, lo considerado natural..., auténtico, de origen conocido, de calidad...y, sobre todo, *seguro*» (MILLÁN, 2002: 286).

Comer sin poder identificar lo que se come puede prestarse a todo tipo de juegos intelectuales, como las competiciones que se establecían en la antigua Kyoto entre los asistentes a ciertos banquetes elitistas para adivinar lo que habían comido (FERNÁNDEZ-ARRESTO, 2004: 181), pero también equivale a comer indiscriminadamente, como sucede en las situaciones que se plantean actualmente en algunas ciudades donde la existencia de segmentos de población excluidos socialmente que, por falta de recursos económicos, consumen alimentos desechados por haber caducado o procedentes de basureros, entraña riesgos de contaminación debidos a la descomposición natural de los nutrientes. En esos casos el alimento puede considerarse como algo informe, indeterminado, peligroso y por tanto susceptible de convertirse en el referente de la expresión: «comer mierda». Este enuncia-

²⁰ Término alemán equivalente a sustitutivo. Julio Camba se refiere despectivamente a la costumbre de suplantar alimentos naturales por sustitutos artificiales cuando afirma: «En Alemania, después de todo, sólo se hacían *Ersätze* o substitutivos. Se procuraba imitar los alimentos naturales» (CAMBA, 1997: 61)

²¹ Jean-François Lyotard ha replanteado la antigua disquisición sobre la relación entre saber y sabor: «en la raíz del término *sophia*: la raíz *soph* —idéntica a la raíz del latín *sap*—, *sapere*, y del francés *savoir* y *savourer*... Esto es también válido en español entre los verbos *saber* y *sabor*. «*Sophon* es el que sabe saborear.» (LYOTARD, 1989: 98).

do aparece en los discursos cuando el sujeto se refiere a la comida de mala calidad, pero también —y sobre todo— cuando quiere poner de manifiesto que es improbable que el consumidor conozca la identidad de lo que se lleva a la boca, incluso aunque se trate de elaboraciones de ‘alta cocina’, algunas veces preferidas exclusivamente por razones de prestigio, sin más consideración que su alto precio. De ahí que la expresión se emplee también para referirse a quien acepta cualquier cosa indiscriminadamente, sin conocer su identidad.

3. OSTENTACIÓN Y OCULTAMIENTO COMO PRINCIPIOS CULINARIOS

Entre otros autores, Jean François Revel (1980), M^a del Carmen Soler (1981) y Felipe Fernández-Armesto (2004) se han ocupado de definir algunas tendencias importantes en la trayectoria histórica de la gastronomía. El trabajo de Fernández-Armesto destaca por el empleo de una abundante documentación de carácter etnohistórico, por ejemplo cuando se ocupa de rastrear algunas de las influencias adoptadas por las cocinas occidentales a partir de la publicación en el s. XIII de libros de cocina árabes, que constituyen verdaderos tratados sobre la estética de la comida en las cortes musulmanas, semejante a la del arte sacro en Occidente, donde imperaba una predilección por el trabajo de orfebres y joyeros, que los cocineros deseaban imitar disfrazando los alimentos de manera que empleaban azafrán para dorar, azúcar para imitar diamantes, carne cortada alternativamente en lonchas blancas y oscuras para imitar monedas de plata y oro, platos que imitan perlas y corallinas, etc. (2004: 188).

Revel, por su parte, en su análisis de la evolución de la cocina francesa, ha señalado la alternancia de líneas de actuación orientadas a mantener u ocultar la identidad de las materias primas y ha establecido algunas fases interesantes por su influencia en otras cocinas occidentales y por su concomitancia con las elaboraciones originadas en otros contextos culturales. Por lo que se refiere a las técnicas de ocultación de las materias primas mediante el empleo de salsas y aderezos en siglos pasados afirma:

«lo que podría llamarse, no la decoración, sino el disfraz: son ciertos aderezos que provienen de la

Antigüedad y la Edad Media y que persistirán... hasta mediados del siglo XVII» (REVEL, 1980: 213).

El mismo autor considera que desde mediados del siglo XIX, la cocina sabia o profesional, seguida e imitada, según las posibilidades económicas, por la cocina doméstica, ha atravesado fases y obedecido a tendencias que pueden agruparse como sigue:

- Fase de compilación y pesadez, acompañada de un efecto de masa y de amontonamiento en las cantidades. Presentaciones decorativas y enmascaradoras. Matización de los sabores, realizados con aliños y especias.
- Fase de simplificación y aligeramiento de las preparaciones, así como de reducción de cantidades, Presentaciones sobrias y leales. Respeto por el producto natural, su frescor, su autenticidad. Evitación del amontonamiento de las especias y de las mezclas en las que los sabores y olores naturales se neutralizan. (REVEL, 1980: 253-254).

Desde finales del siglo XIX, la variedad regional, la diversidad de los procedimientos culinarios, la adopción en Europa de productos ultramarinos, el crecimiento demográfico, los procesos migratorios del campo a las ciudades, el acceso diferencial a los recursos por la división social en clases, o por las categorías transversales de la estructura social, sobre todo la edad y el género, configuraron un panorama bastante heterogéneo en las formas de alimentarse de la población. Precisamente en las primeras décadas del s. XX se inician los estudios sobre hábitos alimentarios y el afán de aplicarlos a ciertos sectores de la población (CUMMINGS, 1940), (MEAD, M.: 1943 y 1945), fundamentado en las ideas higienistas en boga, representa una intromisión de algunos estados en la vida doméstica, una política ni casual ni inocente, pues representa una forma de control con la finalidad de conseguir una cierta homogeneización de las prácticas alimentarias de las clases trabajadoras, de por sí heterogéneas por su procedencia de diferentes regiones y países, que garantizase su buena salud y rendimiento en el trabajo.

Mientras tanto entre las elites, la cocina de restaurante se había orientado en la línea de la llamada cocina internacional, en la que se mani-

fiesta una clara propensión por ocultar la identidad de los alimentos. Esta cocina se mantendría con pocos cambios desde el último tercio del s. XIX hasta finales del XX, cuando sufrió el impacto que anunciaban nuevas concepciones en el tratamiento culinario de los alimentos. En efecto, fue en la década de 1970, a partir del auge de la llamada *nouvelle cuisine*²², cuando se reavivó el interés por buscar la autenticidad y calidad de las materias primas, por elaborarlas muy ligeramente de manera que sus cualidades como el color, el sabor, el aroma y la textura se mantuviesen a la hora de presentarlas en la mesa sin demasiados aderezos y mostrándolas sin el camuflaje de salsas heterogéneas.

Ese interés también se abría paso de forma paralela en los fogones domésticos, pero se enfrentó de lleno con los recelos motivados por las presumibles adulteraciones de la producción industrial. En efecto, comenzaba a construirse socialmente el recelo de que en su mayoría los ingredientes adquiridos, posiblemente adulterados, suponían serios riesgos para la salud. Esta actitud desconfiada hacia los productos básicos representaba una nueva paradoja consistente en que el gusto por las materias primas «naturales» empezó a cobrar valor precisamente cuando la mayoría de las accesibles en el mercado, y por tanto las realmente consumidas, tenían su origen cada vez más en la sospechosa producción industrial.

Por otra parte, pero simultáneamente, debido a la incorporación paulatina de buen número de mujeres —hasta entonces encargadas de la cocina doméstica— al mercado de trabajo, fue obligando a simplificar la elaboración culinaria en el hogar, que llegará a su mínima expresión con la adquisición de productos precocinados o listos para consumir y frecuentemente con la preparación, en crudo, de buena parte de los productos. En este último caso se hace patente la consolidación del gusto por la «naturalidad», a veces en concomitancia con otras tradiciones culinarias, pero coherente con una valoración idealista de las materias primas de calidad y saludables.

En este último sentido, la concepción de la alimentación como factor de salud o enfermedad ha generado nuevas contradicciones. Cuando la cantidad y variedad de alimentos disponibles se ha ampliado considerablemente, la desconfianza en su calidad puede llevar a disminuir el consumo. La posibilidad de que las carnes estén presumiblemente alteradas por hormonas, los pescados envenenados con metales pesados, las verduras y frutas contaminadas por abonos químicos y pesticidas, los aceites mezclados con grasas saturadas, el empleo abusivo de azúcares o edulcorantes y aditivos de toda clase, hace que algunos sectores sociales²³ vean en la alimentación un riesgo de perder la salud y no el medio para mantener las necesidades vitales sobre la base del intercambio de materia y energía con el medio, necesario para la supervivencia. Estos estados mentales de desconfianza han provocado, no en poblaciones sometidas a hambrunas periódicas, sino paradójicamente en algunos sectores de las sociedades con altos niveles de renta, la reducción de los insumos, hasta el punto de que se llegan a producir patologías por malnutrición. El caso de cuadros patológicos como la anorexia, la bulimia y diversas formas de pica²⁴, aunque no obedecen exclusivamente a un único factor, si encuentran en este contexto de ideas sobre el riesgo alimentario, la salud y la estética, un campo abonado para su incremento.

4. LA ELABORACIÓN CULINARIA DE DISFRACES ALIMENTARIOS

Tanto en los textos históricos como en los etnográficos, parece que la mayoría de los críticos gastronómicos, los estudiosos de la alimentación y numerosos sectores de la población manifiestan generalmente la necesidad de conocer la naturaleza de lo que se llevan a la boca. Sin embargo, cuando observamos los nombres de los platos de un recetario o las realizaciones concretas, esa consideración general parece perder consistencia, pues en la práctica muchos

²² La expresión 'nouvelle cuisine' encuentra una primera referencia en la cocina aristocrática y prerrevolucionaria francesa del siglo XVIII que preconizaba elaboraciones bastante respetuosas con las materias primas. (HYMAN, 1989: 73-74)

²³ La desconfianza hacia la autenticidad de los alimentos es mayor en grupos sociales con mayor poder adquisitivo, trabajadores no manuales, ejecutivos y profesionales liberales, etc., En sectores sociales con recursos escasos resulta más relevante la cantidad que la calidad.

²⁴ Término genérico para referirse a una extraordinaria variedad de patologías alimentarias con denominaciones específicas según la materia ingerida, p. ej. geofagia, práctica que consiste en comer tierra, tricofagia, caracterizada por la ingesta compulsiva de cabello, etc.

aceptan que la elaboración culinaria se convierta en —valga la expresión— una actividad de camuflaje para ofrecer a la vista del comensal una suplantación de la realidad, como cuando engañosamente las carnes parecen verduras o viceversa, cuando los sabores se ocultan, cuando los colores se intensifican y cuando simplemente las denominaciones de los platos se emplean equívocamente para evocar imágenes de lo incomedible o lo prohibido.

En la práctica se pueden reconocer distintas formas culinarias de enmascarar los alimentos, por motivos y para fines muy diversos. Ya se ha aludido a la tendencia de evitar la animalidad de algunas preparaciones presentando las carnes o los pescados de manera que el consumidor difícilmente pueda identificar la forma del animal. Son frecuentes las transformaciones dirigidas a facilitar la ingestión de algunos productos, como es el caso de las preparaciones con carnes picadas, los purés, etc. para facilitar la alimentación de los niños, pero también toda una serie de elaboraciones, dictadas por la economía doméstica, para aprovechar restos de comida, como las ‘ropas viejas’, empanadas, croquetas, albóndigas, etc.

Existen también los que pueden denominarse disfraces organolépticos de la comida, pues pretenden encubrir ya sea su textura, color, aroma o sabor mediante el empleo de especias, hierbas y otros aderezos o salsas compuestas. Habitualmente se ha atribuido el empleo de estas sustancias a la necesidad de ocultar el mal estado de conservación de ciertas materias primas, especialmente el pescado y la carne, pero muchas veces son ciertos principios culinarios los que establecen su uso en relación con las preferencias en boga de los consumidores de cada época o lugar.²⁵

El orgullo profesional de algunos *chefs*, como la autoestima de las cocineras del texto de Julio Camba citado al principio, puede llevarles a confeccionar platos en los que, como creadores, alardean de llevar la transformación de los ingredientes hasta un límite en que resulte impo-

sible que el comensal los reconozca por su aspecto o por su sabor.

En algunos casos se aducen razones económicas —la escasez de combustibles— para explicar la preferencia de algunas cocinas por trocear al máximo los productos hasta hacerlos irreconocibles, para cocinarlos a alta temperatura pero en tiempos reducidos, como sucede en algunas cocinas asiáticas, especialmente la japonesa (CONTRERAS, 1993: 32). Revel, por su parte, se refiere a la disposición física de los comensales, recostados en torno a la mesa, cuando intenta explicar los condicionantes de las prácticas culinarias del mundo clásico.²⁶

«Una razón de la preferencia de griegos y romanos por la alimentación troceada, reducida a croquetas, ‘niños envueltos’, albóndigas, o incluso a puré, estriba en su posición al comer: es difícil partir carne u otro alimento cuando se está recostado y apoyado en el codo. Hay que tomarlo todo con una sola mano.» (REVEL, 1980: 55-56)

Con frecuencia, el empleo de algunas cualidades sensibles de los alimentos para significar otras realidades impulsa a los elaboradores a adornar o disfrazar la comida para lograr efectos expresivos que produzcan algún tipo de emoción en los comensales. Por ejemplo muchos de los denominados platos nacionales, como los «chiles en nogada», en México (ESQUIVEL, 1004:208), la «*feijoada* brasileña» (DÍAZ MADERUELO, 1998), etc., combinan los colores de la bandera u otros signos de identidad nacional.

En otros casos es precisamente el consumidor, en función del prestigio social que puede proporcionar comer de manera exclusiva, quien decididamente sucumbe ante las sofisticaciones. Pierre Bourdieu se refirió ampliamente a la dinámica de los cambios en la orientación del gusto de las clases medias para emular a las clases altas en sus preferencias y consolidar una idea del «buen gusto» como forma de distinción social (BOURDIEU, 1988: 178-205 y 276-277). Esta práctica no es nueva, pues algunos

²⁵ El caso de los sofritos o los aliños con hierbas y especias es representativo de estos principios que en cada tradición se convierten en un factor de reconocimiento de la identidad culinaria. P. ej. los majados de ajo, cebolla y pimentón a diferencia de los de ajo, pan frito y vinagre, o los de piñones y azafrán, o los buqués de finas hierbas provenzales, etc.

²⁶ Las recetas de Apicio muestran claramente la preferencia por los enmascaramientos de la comida a base de picadillos, purés, patés, gelatinas, etc. cubiertos por salsas compuestas, con aderezos enmascaradores como el *garum*, utilizado incluso en preparaciones dulces. Para algunos autores esta práctica se prolongará hasta bien entrado el siglo XVIII alternándose con momentos de vuelta a la naturalidad en el Renacimiento y la época Neoclásica.

textos de la Antigüedad clásica se refieren a la exhibición de preferencias culinarias por parte de quienes ascendían socialmente para distinguirse poniendo de manifiesto su refinamiento. Así Horacio, en su segunda sátira del libro II advierte:

«Apenas podría disuadirte de que, si te sirven a la mesa un pavón²⁷, prefieras halagar tu paladar con él antes que con una gallina: te dejas embaucar por la vanidad de un ave rara, que se paga a precio de oro y ofrece un bello espectáculo al desplegar su cola multicolor, como si esto importara a la hora de comerlo.» (HORACIO FLACO, Quinto, 2001: 113) §

También Petronio reflejó con claridad en el texto de *El Satiricón* la ostentación por medio de las apariencias en la cocina:

«Pero luego que fue colocada en la mesa, según creíamos nosotros, una oca cebada con guarnición de peces y aves de toda clase, dijonos Trimalción: —Amigos míos lo que veis ahí está todo hecho de una misma pasta...eso lo ha compuesto mi cocinero con cerdo...y de una madre de cerda te hará un pez, de un tocino un palomo, de un jamón una tórtola, de un zanco una gallina» (PETRONIO, *Satiricón*: § 69-70) 1982: 89-90.

Sin duda el autor satírico se sirvió del alarde culinario para expresar el carácter del anfitrión, nuevo rico presuntuoso, que se vanagloriaba de su status económico actual en contraste con el de sus orígenes.

Contra lo que pudiera esperarse, en algunas ocasiones el revestimiento de un plato puede tener la intención, precisamente contraria a todo disfraz, de poner de manifiesto la naturaleza del comestible. Es el caso, entre otros muchos, de algunos banquetes históricos, como el ofrecido en honor de Julio de Médicis en la Plaza del Capitolio de Roma en 1513:

«Con el primer servicio aparecieron enormes bandejas atestadas de papahigos, codornices...gallos

cocidos revestidos de su piel y sus plumas, acompañados de gallinas igualmente revestidas...y un cordero...revestido de su piel y colocado sobre un centro de mesa dorado y de pie, como si estuviera vivo» (REVEL, 1980: 129).

Todavía hoy se sirven en algunos restaurantes faisanes revestidos de su plumaje o pescados reconstruidos, cubiertos de almendras fileteadas simulando escamas.

5. LA MESA COMO ESCENARIO. LA COMENSALÍA COMO REPRESENTACIÓN

No sólo en relación con servicios de mesa como los descritos en último lugar, sino, en general, la disposición de los alimentos en la mesa puede considerarse como una representación, cuyos elementos constitutivos están ordenados de manera que configuran espacios y tiempos significativos culturalmente; es decir, que siempre expresan algo, sobre todo en ocasiones de acusada significación social, cuando la comensalía está altamente ritualizada. Esta afirmación es válida para todo tipo de situaciones, pero resulta especialmente evidente en la disposición de los alimentos con significado mágico o religioso²⁸ No es extraño que el arte en cualquier época haya tenido presente ese valor expresivo de la comida²⁹:

«La mesa y el cubierto son escenas, el comedor es un escenario, un banquete puede convertirse en una representación teatral». (REVEL, 1980: 218).

La consideración, consciente o inconsciente, de los actos de comensalía como una representación constituye uno de los factores que fundamentan los adornos y disfraces de los ingredientes, muchas veces tan difíciles de identificar como los personajes de las representaciones teatrales clásicas, tras cuyas máscaras se encontraban los actores de carne y hueso.

²⁷ Pavo real

²⁸ Por ejemplo en las comidas ceremoniales (BRANDES, 1988), en las ofrendas rituales afroamericanas, (GIOBELLINA, 1988) o en las mesas andinas (FERNÁNDEZ JUÁREZ, 1997), etc.

²⁹ «La obra de Archimboldo puede interpretarse como una representación pictórica de la idea que siglos más tarde expresaría Brillat Savarin: «Somos lo que comemos». En sentido estricto sus obras deben considerarse más bien como una anamorfosis, en que el autor realiza retratos de personas por medio de la yuxtaposición de diversas materias primas comestibles, sin elaboración culinaria alguna, pero que en conjunto reproducen aspectos personales bien definidos. De alguna manera se trata de un precedente más de la tendencia surrealista en el arte pictórico, que tendrá claras resonancias en la obra de Max Ernst y de Salvador Dalí, entre otros.

DISFRACES LINGÜÍSTICOS

El discurso *modela* la realidad, «una proposición únicamente puede decir *cómo* es una cosa, no *qué* es una cosa» (WITTGENSTEIN 2003a: § 3.221). No cabe duda de que el lenguaje juega un papel importante en la configuración de la percepción, pues describimos los fenómenos a partir de categorías lingüísticas. Ahora bien, la cultura matiza las funciones que cumple la lengua, porque los criterios con que se establecen las categorías lingüísticas son construcciones basadas en esquemas culturales que varían de sociedad a sociedad y, la mayoría de las veces, de individuo a individuo. El nombre puede interponerse entre un plato y quien lo degusta, hasta tal punto que, en ocasiones, una denominación muy valorada socialmente puede producir mayor satisfacción gustativa en algunos comensales que si el alimento se hubiera degustado sin su ropaje nominal.

Quienes se ocupan de la cocina, tanto doméstica como profesional, son capaces, según se ha expuesto, de transformar hábilmente la realidad, confiriendo atributos a los alimentos que los convierten en irreconocibles o, más aún, llevan a confundirlos con otros de diferente naturaleza, como verdaderos trampantojos. Pero una de las sofisticaciones más frecuentes, puesta en escena por los cocineros profesionales, por los *chefs* y por los empresarios de establecimientos de restauración, que se ha generalizado ampliamente en la actualidad, se basa en algo en apariencia tan inocuo como los cambios de denominación.

«La cocina...se ha presentado siempre enmascarada con una terminología retórica y ornamental donde la falta de rigor en la denominación de los platos es una de las principales causas del denso misterio que envuelve siempre la gastronomía del pasado y anuncia a menudo las decepciones del presente. (REVEL, 1980: 19)

En definitiva se trata de una práctica antigua, con mayor o menor vigencia a lo largo de la historia de la gastronomía y que constituye una especie de juego que se sirve del lenguaje culinario. A veces consiste en aplicar a los platos nombres de innegable carácter metafórico para

evocar otras realidades. Puede ser que aludan a aspectos formales, como «croissant», «relámpago», «palmera», «vol au vent», «media noche», etc. o a realidades difícilmente aceptables para el consumo como «brazo de gitano», «huesos de Santo», «lenguas de gato», «soldaditos de Pavía», «pelotas de fraile», «niños envueltos», «ropa vieja», etc. o a sustancias intangibles como «comida de las almas», «suspiros de monja», «buñuelos de viento», etc.

En el panorama gastronómico actual, sobre todo a partir de las innovaciones de la *nouvelle cuisine*, la distorsión lingüística se ha empleado incluso para modificar el orden acostumbrado—instituido de forma diversa en todos los sistemas alimentarios— en la presentación de los platos, configurando para el imaginario una nueva sintaxis basada en la alteración de las denominaciones. Revel ha señalado algunas recomendaciones características de esta nueva distorsión, extraídas de las cartas de algunos *chefs*³⁰:

1. «Bautizar las entradas con nombres de postres. Por ejemplo, para empezar, sorbete de cabeza de jabalí».
2. «No olvidar que los pasteles sólo pueden ser de legumbres (verduras) o pescado (y preferentemente pequeños)».
3. «Invertir el nombre del plato principal, sobre todo en lo que concierne a carnes y pescados. Ejemplo solomillo de lenguado, zarzuela de menudillos».
4. «Reconvertir el nombre de los postres en nombre de entrada. Por ejemplo sopa de higos o de fresas». (REVEL, 1980: 21)

La finalidad de estas alteraciones lingüísticas consiste en inducir en el consumidor la idea de la innovación creativa, aunque en realidad solamente se trate de un disfraz lingüístico de una cocina con escasa originalidad.

NUEVOS DISFRACES EN LA COCINA DE CREACIÓN

En el segundo libro de su catálogo: *El Bulli 1994-1997*, Ferrán Adrià propone la ‘decons-

³⁰ Revel toma estas recomendaciones del artículo «Le nouveau langage de la cuisine» publicado en tono irónico por Honoré Bostel en el semanario *Paris-Poche* en 1978, pero no cita los nombres de los *chefs* autores de las cartas.

trucción³¹, entre otras técnicas culinarias como el minimalismo, etc., En términos generales la deconstrucción en la cocina consiste en alterar la elaboración acostumbrada de un plato. Esa elaboración se replantea a partir de diferentes procesos constitutivos sobre la base del empleo de los mismos ingredientes de la receta básica. Los productos se desagregan y se someten a procesos culinarios diferentes de los prescritos, para volver a constituirse por parte del comensal, de suerte que las cualidades de sabor del producto final son similares a las del plato confeccionado por medio de una receta convencional. En realidad los productos originales se han transformado, aunque de forma diferente a la que se lleva a cabo en el plato original, que mantiene así su identidad disfrazada de nueva apariencia. No es extraño que, a la hora de degustarlo, el consumidor pueda reconocer el plato en esta nueva presentación. En este caso la originalidad del disfraz radica en el complejo rodeo técnico de la elaboración culinaria.

Algunos restauradores proponen platos que realzan las materias primas, contra la tendencia a desfigurarlas, pero a veces sucumben a la tentación de ofrecer trampantojos gastronómicos. Por ejemplo, en el Celler de Can Roca, que sirve una especialidad de «pulpitos con cebollas al cacao», en el que verduras y moluscos intercambian su apariencia.

La lista podría extenderse, pero baste para ilustrar esta tendencia hacia el disfraz, por parte de la cocina de creación, un caso más, también tomado del ámbito gastronómico catalán: un restaurante de Sant Celoni, sirve como postres creaciones personales, a base de aromas frutales, especias e infusiones que intentan evocar en el paladar algunos perfumes de marcas renombradas como Bulgari; Carolina Herrera; Lancôme, etc. La idea recuerda aquella receta improbable, registrada con el título «De un asado sin igual» por el célebre gastrónomo Grimod de la Reynière.³²

6. LA PRODUCCIÓN INDUSTRIAL Y EL ENMASCARAMIENTO DE LAS MATERIAS PRIMAS

Pero las formas de disfrazar las materias primas no son exclusivas de la elaboración culinaria, doméstica o profesional, ni de las cocinas de autor. Por el contrario, la producción de alimentos también ha sufrido recientemente alteraciones significativas que pueden considerarse como nuevos disfraces de la comida. De cuarenta años a esta parte el desarrollo de las investigaciones sobre agricultura biológica, la incorporación de nutrientes a ciertos alimentos y la alteración de la estructura genética de algunas especies por supresión de alguno de sus genes o por la incorporación de los de otras especies, ha elevado a escala mundial la preocupación por los efectos de las manipulaciones llevadas a cabo en el sector industrial de la producción de alimentos. Como consecuencia de esa preocupación los discursos sobre alimentación se han poblado de numerosas expresiones, muchas veces con referentes imprecisos, como «productos biológicos», «alimentos ecológicos», «comida funcional», «transgénicos» y «alimentos *light*», etc., pero en cualquier caso los consumidores casi siempre albergan dudas sobre lo que están comiendo.

Así pues, la otra gran forma de disfrazar los alimentos está especialmente vinculada a la producción industrial, antes de que la elaboración culinaria haya completado su transformación definitiva. La ocultación de aspectos poco atractivos de los productos que se colocan en el mercado para su venta justifica, hasta cierto punto, el empleo de sustancias añadidas con diferentes fines. Se trata de los aditivos que juegan un papel importante en la industrialización de la comida en la época actual. Su empleo es muy variado pues se usan como aglutinantes, antioxidantes, aromatizantes, colorantes, conservantes, edulcorantes, emulsionantes, espesantes, intensificadores del sabor, humidificadores, etc. Aunque se les suele atribuir efectos nocivos para

³¹ Esta práctica culinaria puede evocar el concepto acuñado por Jacques Derrida (1989) para referirse a una escritura, en el sentido más amplio del término, sin autor, lo cual, en definitiva, es lo que caracteriza la mayor parte del saber culinario, transmitido de generación en generación sin que, en la mayoría de las ocasiones, exista un autor reconocible a quien pueda atribuirse la invención de las técnicas de elaboración que, como subprocesos pueden formar parte de otras recetas diferentes.

³² Con una aceituna rellena de alcaparras y anchoas envuelta en un papahigo se va procediendo a rellenar un ave cada vez de mayor tamaño hasta llegar a una avutarda. El conjunto se asa con acompañamiento de hortalizas e hierbas del campo para obtener «la quintaesencia de las llanuras, de los bosques, de las marismas y lo mejor del corral» (Grimod de la Reynière, 1998: 164-166).

la salud, no todos representan el mismo riesgo para el consumidor, pues una buena parte de ellos se obtiene a partir de productos naturales, como el azúcar, algunas especias, la sal; las gelatinas de algas, la pectina de las frutas, etc. El número de aditivos empleados en la actualidad se cuenta por centenares y la idoneidad de los mismos depende de su proporción en relación con el alimento o con los insumos diarios por el organismo consumidor, pero su valoración depende más bien de las propiedades que les otorga el boca a boca o, a veces, una serie de listas escritas que gozan de amplia difusión en determinados ámbitos sociales.

LA BÚSQUEDA DE LA 'NATURALIDAD' EN LA PRODUCCIÓN BIOLÓGICA

Muchos consumidores, recelosos del empleo de abonos químicos, pesticidas y antibióticos por parte de las explotaciones alimentarias convencionales, comenzaron a inclinarse por alimentos con ciertas garantías de que en su producción, agrícola o ganadera, no se emplean abonos químicos, pesticidas, antibióticos, etc. Este tipo de producción, que se abre paso desde hace ya unos cuarenta años, se ha denominado ecológica porque, se supone, no afecta a las relaciones bióticas de los ecosistemas. En 1993 entró en vigor un reglamento de la UE sobre este tipo de producción³³, al cual se ajustó la legislación española ese mismo año. Posteriormente, sin embargo, el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación elaboró un proyecto de Real Decreto, para permitir el uso del término «bio» en alimentos no producidos mediante técnicas de agricultura biológica, lo que vulneraba las normas comunitarias. Actualmente existe bastante confusión, porque muchos empresarios, aprovechando la buena aceptación de los alimentos naturales, colocan indiscriminadamente los prefijos bio- o eco- en el etiquetado de toda clase de productos convencionales. La situación se complica porque, algunas empresas habían registrado el término bio- antes de la publicación del reglamento europeo sobre agricultura

ecológica, y todavía podrán continuar utilizándolo durante algunos años.

ALIMENTOS 'FUNCIONALES': UN DISFRAZ SALUDABLE

Hace poco más de dos décadas comenzó a divulgarse, sobre todo a partir de los mensajes publicitarios de ciertos alimentos, la idea de que algunos de sus componentes son capaces de disminuir la cantidad de colesterol en sangre, de reducir la presión sanguínea, de frenar el desarrollo de los tumores, etc. Eso no significa que no haya habido a lo largo de la historia un conocimiento acerca del valor medicinal de algunos alimentos; al contrario, la humanidad ha aprovechado ese saber desde la antigüedad. Así, a los frutos silvestres, especialmente a los arándanos, se les atribuye la capacidad de disminuir la glucosa en sangre, al yogur excelentes propiedades digestivas; al consumo moderado de vino el mantenimiento de la salud cardiovascular, a los frutos secos, especialmente las nueces, la capacidad de reducir el colesterol, etc. Sin embargo, actualmente la atención hacia este fenómeno se ha intensificado, aunque algunos expertos en nutrición reconocen que las investigaciones que hoy se realizan sobre el valor medicinal de los alimentos no hacen sino confirmar científicamente la sabiduría antigua.

No cabe duda de que el concepto de alimentación está cambiando, al menos en las sociedades con altos niveles de renta. En la comida ya no se busca sólo nutrirse, sino prevenir enfermedades o prolongar la vida. En otras palabras, se ha empezado a considerar los alimentos como medicamentos.

Si habitualmente los laboratorios farmacéuticos procuraban producir medicamentos a partir de los principios contra alguna enfermedad presentes en un alimento, hace algún tiempo que la industria de la alimentación pensó que podía impulsar un mercado importante sirviéndose de los avances de la biotecnología, y comenzó a producir los llamados *alimentos funcionales*³⁴, considerando que las sustancias beneficiosas

³³ Un análisis sobre la normativa europea sobre producción y consumo alimentarios puede encontrarse en CÁCERES y ESPEITX, (2002).

³⁴ Japón fue el primer país en introducir en el etiquetado de sus productos el término de *alimento funcional*, a finales de la década de 1980, y en estos momentos sus productos representan el 50% del mercado». (SANZ, Y., M.C. Collado, J. Dalmau, 2003: 476).

que hay en la naturaleza pueden comprarse en el supermercado mejor que en la farmacia..

Se denominan *alimentos funcionales* —en ámbitos anglosajones *nutracéuticos* porque sus efectos equivalen a los de un fármaco— aquellos productos naturales que llevan añadidas ciertas sustancias presentes en otros productos, como probióticos, prebióticos, simbióticos³⁵, fitonutrientes, ácidos grasos, como el Omega 3, etc., presumiblemente eficaces para prevenir ciertas enfermedades. También entran en la categoría de funcionales aquellos productos de los que se han extraído sustancias poco saludables como las grasas saturadas o el azúcar.

Como preveían los empresarios de las industrias alimentarias, los llamados alimentos funcionales constituyen un mercado en expansión. El consumo en España de dichos productos presenta un crecimiento anual del 22%³⁶. En la actualidad, hay una gran variedad de productos probióticos en el mercado, aunque los de mayor aceptación son los derivados lácteos, especialmente el yogur y las leches fermentadas³⁷.

Sin embargo, las propiedades de los alimentos funcionales no están demostradas en todos los casos y a veces constituyen simplemente un nuevo disfraz impreso en el etiquetado, porque muchas empresas incumplen los criterios que estableció la FAO para evaluar los requisitos que deben cumplir los probióticos añadidos a los alimentos, junto con algunas recomendaciones para el etiquetado.

La información que se ofrece en las etiquetas suele ser incompleta y muchas veces no contiene aspectos tan importantes como la cantidad necesaria para obtener los resultados anunciados o, si se trata de probióticos, las condiciones de conservación, etc. Debido al creciente número de productos presuntamente beneficiosos para la salud que en muchos casos suponían un fraude para el consumidor, hace algunos años la Unión Europea estableció el Reglamento 258/97

sobre Nuevos Alimentos, a partir de lo cual, se esperaba que las empresas estarán obligadas a demostrar científicamente las propiedades expresadas en la publicidad de cada alimento funcional; sin embargo la legislación sobre los mensajes publicitarios a este respecto es diferente en muchos países miembros. Por ejemplo, las leyes españolas prohíben la publicidad de las supuestas propiedades medicinales de los alimentos, a pesar de lo cual la industria alimentaria continúa anunciando numerosos productos como «saludables», a menudo con mensajes cuidadosamente contruidos para no infringir la legalidad, pues no es lo mismo afirmar que «consumir yogur es bueno para la salud», que «consumir yogur puede tener efectos beneficiosos sobre la salud».

DISFRACES GENÉTICOS

El sector de la bioingeniería, parece imparable en su carrera y, por tanto, las técnicas de modificación genética también han encontrado su ámbito de aplicación en el sector alimentario, dando lugar a la aparición de los denominados transgénicos, cuyo consumo se inició a partir de su autorización en Estados Unidos en 1994.

Desde el primer momento se originó una polémica al cuestionar las ventajas de estos alimentos, a partir de lo cual se organizaron dos corrientes que enfrentan a detractores y defensores.

Entre los partidarios del empleo de transgénicos para la alimentación humana, una buena parte se inclina por argumentar a partir de sus supuestas ventajas económicas, pues la modificación genética de especies animales o vegetales permite incrementar su rendimiento en explotaciones industriales o altamente mecanizadas, obtener variedades mejoradas en cuanto a su resistencia a plagas, etc. Por otra parte se esgri-

³⁵ Los probióticos se encuentran en alimentos con mucha aceptación y fáciles de digerir, como el yogur y otras leches fermentadas, generalmente son bacterias pertenecientes, en su mayoría, a los géneros *Lactobacillus* y *Bifidobacterium*, capaces de modificar la microflora intestinal. Por su parte, los prebióticos. «Son ingredientes alimentarios no digeribles que, selectivamente, favorecen el desarrollo de un determinado grupo de microorganismos, existente ya en el tracto gastrointestinal del individuo» (SANZ, Y., M.C. Collado, J. Dalmau, 2003: 476-477). Los simbióticos son productos con componentes probióticos y prebióticos.

³⁶ Asturiana, Bacil, Clesa, Danone, El Caserío, Forlasa, García Vaquero, Hero, Kaiku, Nestlé, Postres Montero, Santiveri y Triballat son las principales marcas que comercializan probióticos en España.

³⁷ «El término genérico «yogur» incluye actualmente el yogur tradicional y los pasteurizados después de la fermentación; en su etiquetado se debe diferenciar entre ambos (RD 179/2003; BOE n.º 0422003). Los yogures pasteurizados poseen una composición química prácticamente idéntica a la del yogur tradicional; sin embargo, pese a que la destrucción de la flora láctica prolonga su vida útil, también anula los efectos beneficiosos atribuidos a las bacterias viables.» (SANZ, Y., M.C. Collado, J. Dalmau, 2003: 480).

me la idea de que las especies que durante los últimos milenios han servido como fuentes principales de alimentos a las poblaciones humanas, son el resultado de procesos de domesticación a partir de cruces para obtener híbridos más rentables que las especies silvestres, por lo tanto algo de «manipulación genética» ya se había empleado desde antiguo y sus resultados no han sido tan desastrosos como se pretende por parte de sus detractores.

Éstos, por su parte argumentan especialmente en una doble dirección: en primer lugar por la falta de estudios sobre el seguimiento de los posibles efectos secundarios en grupos de consumidores de dichos alimentos transgénicos; por ejemplo, el consumo de vegetales alterados genéticamente puede producir alergias o generar resistencia a antibióticos en muchas bacterias patógenas, en segundo lugar porque no se sabe como reaccionan los genes introducidos en el ambiente natural, pues cuando se siembran especies transgénicas en proximidad de variedades tradicionales, pueden producirse efectos impredecibles debido a la transferencia de genes entre diferentes variedades por cruzamiento natural. Esto significa que podría haber modificación genética en alimentos procedentes de sistemas de producción convencionales, lo que plantea una vez más el desconocimiento, la falta de seguridad, la ignorancia de la naturaleza de lo que se come.

De nuevo el disfraz de los alimentos, esta vez con máscara genética, suscita una controversia entre aquellos que muestran interés en la liberalización irrestricta de su producción y su consumo y quienes, por el recelo que suscita la falta de una legislación suficiente, perciben en ellos un factor más del riesgo de contaminación alimentaria.

UNA VUELTA DE TUERCA MÁS: LAS SUSTANCIAS PARA ENGAÑAR AL PALADAR

A principios de la década de 1990 se descubrió que, contra lo que se admitía, el cerebro interpreta y reconoce los aspectos, dulce, amargo, etc. de los alimentos por medio de los receptores de cualquier sabor que, según parece, se

encuentran en las papilas gustativas a lo largo de toda la superficie de la lengua y no en zonas localizadas de la misma.

Parece ser que el sabor amargo constituye uno de los más rechazados por el ser humano desde la infancia, probablemente porque en la naturaleza el sabor amargo suele caracterizar sustancias nocivas o claramente venenosas. Sólo tras un proceso de habituación, en el que influyen poderosos factores sociales, productos como el café o la cerveza pueden llegar a satisfacer plenamente el gusto del consumidor. En el ámbito de la cocina industrial muchos precocinados, como salsas y sopas, manifiestan un regusto amargo cuando han sido procesados a altas temperaturas. Ahora bien, si se añade a esos productos una sustancia que anule la capacidad de las papilas gustativas para detectar el sabor amargo, cuando ésta entra en contacto con la lengua, impide que se activen algunos de los receptores de esa sensación específica. El sabor amargo del alimento no se ha eliminado, pero el cerebro sólo es capaz de reconocerlo a través de otros receptores. Se admite que los seres humanos tenemos más de 30 receptores del sabor amargo y, hasta ahora, sólo se han descubierto unos 20 compuestos capaces de bloquear algunos de esos receptores, por ello las investigaciones de muchos laboratorios continúan interesadas en encontrar un bloqueador universal de lo amargo.

En otro orden de cosas, pero con intencionalidad similar, también se investiga para obtener alimentos sin apenas grasa en su composición, sustituyéndola por alguna sustancia que simule las cualidades de textura y sabor que proporciona. En este caso concreto, cuando en Estados Unidos parecía imponerse como un sustitutivo idóneo de las grasas el producto denominado *olestra*³⁸, tuvo que dejar de emplearse en la elaboración de productos de consumo tan generalizado como las patatas fritas, pues se denunciaron bastantes casos en que tras su ingestión se producían disfunciones digestivas y diarrea.

Todas estas técnicas indican que los empresarios, movidos por el interés de incrementar las ventas, intentan ofrecer alimentos con gusto agradable, pero sustituyendo los componentes considerados nocivos para la salud por otros

³⁸ Se trata de una grasa sintética, descubierta en los años sesenta, compuesta de azúcares y ácidos grasos que no pueden ser absorbidos por el intestino, por lo que no aporta calorías ni colesterol. En España no se comercializan productos con *olestra*.

supuestamente inocuos. Por ello se afanan en la fabricación de productos salados sin sal, azucarados sin azúcar y grasos sin grasa, aunque sin privar al consumidor del sabor de esas sustancias. En otras palabras ensayan una nueva forma de engañar al paladar disfrazando, en estos casos, los propios órganos del gusto.

7. GARANTÍAS DE SEGURIDAD ALIMENTARIA. LA ETIQUETA COMO UN NUEVO DISFRAZ

En principio parece que la percepción, social o individual, de la seguridad alimentaria se basa más bien en razones de convicción que de contraste empírico. Su fundamento radica posiblemente en una cierta adhesión o acto de fe, más que en la posibilidad de descartar, por cualquier medio, presuntas alteraciones. Quizás no importa no saber, sino albergar más confianza. Un sentido parecido tienen los siguientes textos de Wittgenstein:

«¿Por qué ha de ser posible tener una razón para *creer* cuando no es posible estar seguro?» (2003b § 373).

«¿Qué tipo de razón tengo para *confiar* en los libros de texto de física experimental? No tengo ninguna razón para confiar. Y confío en ellos...» (2003b § 600).

La confianza sobrevenida que en realidad consiste en un estado mental, puede tranquilizar al comensal e incluso proporcionarle cierto placer cuando algunos marcadores, que casi nunca son claramente organolépticos, sino legitimados por el proveedor, le indican que, por ejemplo, está degustando bonito y no atún, porque lo asegura el pescadero o un pequeño cartel junto con el precio o, si se trata del pescado en conserva, porque así lo atestigua la etiqueta del envase.

De este modo, la garantía parece ser el resultado de un proceso de legitimación que proporciona confianza, pero no saber. En muchos casos esa confianza se debe a la exhibición de un cierto número de rasgos que vienen a coincidir con los criterios de calidad del consumidor. Puede ser que esas cualidades quedan subsumidas en una determinada marca y por una suerte

de interpretación metonímica el consumidor transfiera su confianza al producto que lleva ese identificador concreto. Más aún, la consideración «de calidad» del alimento así etiquetado puede extenderse a otros productos que llevan la misma marca en su etiqueta; es decir, que la marca se emplea en estos casos como metáfora. Algunos mensajes publicitarios lo declaran abiertamente cuando emplean eslóganes como «Tal marca es sinónimo de calidad».

En cierto sentido, y desde el punto de vista del análisis, la percepción social del riesgo a partir de la insatisfacción alimentaria constituye un proceso paralelo, aunque de signo contrario, al de la construcción de la confianza en la seguridad. En otras palabras se trata de procesos formalmente similares cuya diferencia es el valor concedido por el consumidor al legitimador.³⁹

La marca es un signo, la etiqueta y el mensaje publicitario son textos que se inscriben en contextos de comunicación, donde el consumidor lee o escucha esos mensajes y los comenta con otros consumidores. Aunque también puede ser objeto del discurso la referencia al texto, a su lectura o escritura, o sea, el discurso mismo, las propuestas cognitivas se refieren generalmente a textos o mensajes que actúan en contextos comunicativos reales; es por tanto necesario valorar el proceso discursivo en su contexto de comunicación. No es extraño que desde hace ya varias décadas el interés de los lingüistas haya ido desplazándose hacia el estudio de la cognición, lo que ha supuesto una aproximación cada vez mayor entre la lingüística y la antropología social en el marco de una teoría general de la comunicación.

En relación con la publicidad y el etiquetado, es asimismo conveniente recordar que, como sucede cuando citamos las palabras de alguien, su referente directo queda anulado y el nuevo referente pasa a ser su texto. Cuando decimos la etiqueta dice «Elaborado sólo con productos de primera calidad» el referente no son las materias primas, sino el texto de la etiqueta. Si admitimos como veraz o falsa una proposición publicitaria o del etiquetado estamos refiriéndonos al texto portador de la información, no al producto que contiene. De alguna manera la relación entre

³⁹ Una afirmación muy frecuente demuestra el valor concedido a las marcas alimentarias por parte de algunos consumidores cuando se refieren a la opción de abastecerse en un determinado supermercado, entre los disponibles, y dicen: «Sí, es más barato, pero no tiene marcas de confianza».

denotación y verdad ha sido alterada, porque el sistema de signos alimentarios está mediatizado por el sistema de signos literarios, que lo reflejan, lo explican y de alguna manera lo re-semantizan, mostrando así, junto a su valor denotativo, una importante serie de connotaciones simbólicas que sirven al consumidor para legitimar o deslegitimar los discursos publicitarios y las marcas.⁴⁰

«Aprendí una gran cantidad de cosas y las acepté en base a la autoridad humana. Después he descubierto que se veían confirmadas o refutadas por mi propia experiencia». (WITTGENSTEIN, 2003b: § 161).

Es en este proceso donde se instala la posibilidad de la confianza por el valor otorgado al emisor del texto como legitimador. En realidad el consumidor no tiene evidencia de su veracidad; es decir de su adecuación a la realidad, sino sólo confianza en ella. Dice Wittgenstein: «Por mucho que la persona más digna de confianza me asegure que *sabe* que las cosas son de tal y tal modo, por sí solo, ello no puede convencerme de que lo sabe. Sólo de que cree saberlo...» (2003b: § 137).

La etiqueta, al igual que el lenguaje publicitario, adopta el valor de un nuevo disfraz de la realidad y como sucede ante toda máscara, al espectador, en este caso consumidor, solamente le es dado interrogarse sobre la identidad de lo enmascarado a partir de lo que expresa el disfraz.

CONCLUSIONES

A partir de la consideración de que toda elaboración culinaria supone una transformación de los alimentos, se puede observar una alternancia en su intensificación, que lleva a camuflarlos o suplantarlos; es decir a disfrazarlos, o en su aligeramiento, que conduce a resaltar sus cualidades; es decir a 'naturalizarlos'. Ambas tendencias deben situarse o bien en el contexto de la cocina de elite o en el doméstico y, si se consideran en una sucesión temporal, hay que interpretarlas en relación con la obtención de alimentos por fórmulas tradicionales o mediante producción industrial. Con todo, no deja de ser paradójico que cuando los productos se obte-

nían directamente por los propios consumidores, la elaboración en los fogones constituía la única fuente de todo aderezo, adorno o disfraz. Al contrario, con el alejamiento paulatino de los centros de producción alimentaria de los consumidores, éstos fueron generando una desconfianza cada vez mayor al sospechar de la autenticidad de los productos adquiridos. La intensificaron de las técnicas de adulteración y fraude, características de los procesos de industrialización, contribuyó a incrementar el recelo de los consumidores muchos de los cuales, sobre todo en la segunda mitad del siglo XX, se organizaron en diferentes tipos de asociaciones para exigir mayor control en la manufactura, una legislación que velase por la exactitud de los mensajes publicitarios y un control de los procesos por parte de las administraciones. Mientras tanto se abría paso la consideración de la alimentación como factor de salud o de riesgo, con una orientación centrada en la búsqueda de la «naturalidad», lo que junto a factores socioeconómicos importantes, como el menor tiempo de dedicación a la cocina, llevó, en la cocina doméstica, a realizaciones más simples y a buscar cada vez más la identidad 'natural' del alimento. Paradójicamente esta actitud se ha implantado cuando muchos indicadores advierten que quizás es 'demasiado tarde'. Las nuevas técnicas de producción, conservación y precocinado pueden producir tales alteraciones en las materias primas que éstas parecen haber perdido su identidad, oculta bajo disfraces 'saludables', biológicos, ecológicos, funcionales, genéticos, etc.

En la actualidad cualquier alimento es susceptible de ser considerado sospechoso y al consumidor, a quien resulta prácticamente imposible comprobar su autenticidad por otros medios, sólo le queda el recurso de confiar en los mensajes publicitarios que animan a su adquisición o en el texto de la etiqueta que lo acompaña. La publicidad y el etiquetado asumen así el papel de disfraces lingüísticos, de textos producidos en función las necesidades del mercado por los productores o los distribuidores comerciales. La veracidad o no, de dichos textos, sólo en parte ajustados a una legislación casi siempre ambigua, constituye una fuente de incertidumbre y

⁴⁰ La experiencia personal juega también un papel importante en ese proceso de legitimación o no de un texto publicitario, por cuanto la satisfacción o insatisfacción del gusto individual a la hora de degustar un producto es un factor importante en la formulación del juicio.

recelo. La indiferencia o la resignación caracteriza el consumo alimentario de los sectores sociales menos pujantes económicamente, mientras que es la confianza atribuida a una marca lo que la convierte en legitimador, pocas veces a partir de comprobación empírica, sino más bien por un acto de adhesión o creencia, lo único que garantiza la tranquilidad al comensal con más recursos, que sólo en muy pocas ocasiones puede saber, en sentido estricto, lo que come.

A pesar de esa alternancia en las prácticas culinarias y de las técnicas de enmascaramiento que acompañan a la producción industrial, tanto los textos antiguos como los discursos de los agentes sociales actuales expresan una preferencia clara por la ausencia de disfraces en la alimentación y solamente algunos cocineros decla-

ran su habilidad para disfrazar la comida. Aún así los consumidores no manifiestan una conducta homogénea. En la sociedad actual una misma persona que, convencida de saber lo que come en cada ocasión, se declara experta en alimentación, buena conocedora de nutrientes, de preparaciones culinarias más o menos sofisticadas, catadora de buenos vinos, que se exhibe en restaurantes de moda, en establecimientos de *delicatessen*, etc. puede ser vista también tomando un *snack* entre horas o degustando cualquier preparación de *junk food* en el comercio de comida rápida más próximo a su centro de trabajo. Casos como este son muestra del grado de disociación e incoherencia de las conductas observables en consumidores pertenecientes a determinados sectores en las sociedades urbanas actuales.

BIBLIOGRAFÍA

- ADRIÀ, Ferran; SOLER, Juli y ADRIÀ, Albert (2003): *El Bulli 1994-1997*. Barcelona, RBA Libros, S.A.
- ARCHETTI, Eduardo, P. (2000): «Hibridación, pertenencia y localidad en la construcción de una cocina nacional». *Trabajo y Sociedad*. N° 2, vol. II, mayo-julio, Santiago del Estero, Argentina. (Una versión de este texto fue publicada en 1999: *La Argentina en el siglo XX*, B. Aires, Ed. Ariel-Universidad de Quilmes).
- BRANDES, Stanley (1988): «La comida ceremonial en Tzintzuntzan». En *Monografías sobre alimentación. América Indígena*. Vol. XLVIII Instituto Indigenista Interamericano. México. 503-520.
- BOURDIEU, Pierre (1988): *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Madrid, Taurus.
- CÁCERES, J. y ESPEITX, Elena (2002): «Riesgo alimentario y consumo: percepción social de la seguridad alimentaria». en GRACIA ARNAIZ, Mabel (coord), 2002: *Somos lo que comemos.: estudios de alimentación y cultura en España* Barcelona, Ariel, pp. 317-348.
- CALVO CALVO, Luis (1993): «Any fries? Una perspectiva en torno a la alimentación contemporánea». *Antropológica. Revista de Etnopsicología y Etnopsiquiatría*. Vol.13-14, pp. 235-248. Barcelona. Instituto de Antropología de Barcelona.
- CAMBA, Julio (1997): *La casa de Lúculo*, Madrid, Espasa-Calpe.
- CONTRERAS, Jesús (1993): *Antropología de la alimentación*. Eudema. Madrid.
- CONTRERAS, Jesús (comp) (1995 a): *Alimentación y cultura, Necesidades, gustos y costumbres*, Barcelona. Universidad de Barcelona.
- CONTRERAS, Jesús (1995 b): «¿Sabemos realmente lo que comemos? El porqué de una antropología de la alimentación». En GARRIDO ARANDA (comp.), *Cultura alimentaria de España y América*, pp. 381-409. Huesca, La Val de Onsera
- CONTRERAS, Jesús (2002): «Los aspectos culturales en el consumo de carne» en GRACIA ARNAIZ, Mabel (coord), (2002): *Somos lo que comemos.: estudios de alimentación y cultura en España* Barcelona, Ariel, pp. 221-248.
- CUMMINGS, R. D. (1940): *The American and his food: a history of food habits in the United States*. Chicago, University of Chicago Press.
- DERRIDA, Jacques (1989): *La desconstrucción en las fronteras de la filosofía*. I.C.E. de la Universidad Autónoma de Barcelona Barcelona, Paidós.
- DÍAZ MADERUELO, Rafael (1998): «Aspectos de la gastronomía Criolla en Brasil». En *Alimentación y gastronomía: Cinco siglos de intercambios entre Europa y América*. pp. 241-248. Pamplona. Asociación Española de Americanistas. Newbook Ediciones.
- DOUGLAS, Mary (1996): *La aceptabilidad del riesgo según las ciencias sociales*. Barcelona, Paidós.
- ESQUIVEL, Laura (1994): *Como agua para chocolate*. Barcelona, Salvat.
- FERNÁNDEZ-ARMESTO, Felipe (2004): *Historia de la comida. Alimentos, cocina y civilización*. Barcelona, Tusquets Editores.

- FERNÁNDEZ JUÁREZ, Gerardo (1997): *Entre la repugnancia y la seducción. Ofrendas complejas en los Andes del Sur*. Cusco, Perú. CBC. Centro de Estudios Regionales Andinos «Bartolomé de Las Casas».
- FISCHLER, Claude (1995): *El (h)omnívoro. El gusto, la cocina y el cuerpo*. Barcelona, Anagrama.
- GARCÍA GARCÍA, José Luis (2000): «Informar y narrar: el análisis de los discursos en las investigaciones de campo» *Revista de Antropología Social*, nº 9: 75-104. Madrid, Universidad Complutense.
- GARRIDO ARANDA, Antonio (1995): *Cultura alimentaria de España y América*. Huesca: La Val de Onsera.
- GIOBELLINA BRUMANA, Fernando (1988): «La comida de santo en el candomblé». En *Monografías sobre alimentación. América Indígena*. Vol. XLVIII: 605-617 México, Instituto Indigenista Interamericano.
- GOODY, Jack (1995a): «Alimentación industrial: hacia una cocina mundial». En Jesús Contreras (comp): *Alimentación y cultura, Necesidades, gustos y costumbres*, pp. 307-331. Barcelona. Universidad de Barcelona
- GOODY, Jack (1995b): *Cocina, cuisine y clase. estudio de sociología comparada*. Barcelona, Gedisa
- GRACIA ARNAIZ, Mabel (1996): *Paradojas de la alimentación contemporánea*, Icaria, Barcelona
- GRACIA ARNAIZ, Mabel (1997): *La transformación de la cultura alimentaria. Cambios y permanencias en un contexto urbano (Barcelona 1960-1990)*, pp. 13-27. Madrid, Ministerio de Cultura.
- GRACIA ARNAIZ, Mabel (coord.) (2002): *Somos lo que comemos.: estudios de alimentación y cultura en España* Barcelona, Ariel.
- GRIMOD DE LA REYNIÈRE (1998): *Manual de anfitriones y guía de golosos*. Barcelona, Tusquets Editores.
- HORACIO FLACO, Quinto (2001): *Sátiras*. Madrid, Alianza Editorial.
- HUERGO COYA, Manrique (2002): «Sabes lo que comes? «Mitos, verdades y mentiras sobre la alimentación y la salud». Hispano Europea.
- HYMAN, Philip y Mary (1989): «La première Nouvelle Cuisine» en *L'honnête volupté*. París, Éditions Michel de Maule
- KOTTAK, Conrad Phillip (2002): *Antropología cultural*, Madrid, McGraw Hill / Interamericana de España: 359-361.
- LANGDON, Philip (1986): *Orange roofs, golden arches: the architecture of American chain restaurants*. New York, Alfred Knopf.
- LYOTARD, Jean-François (1989): «¿Por qué desear?» *¿Por qué filosofar? Cuatro conferencias*. Barcelona, Paidós, pp. 79-99.
- MARTÍNEZ GUIRAO, Javier Eloy (2003): «Los McDonald's: homogeneización y sociabilidad. Un estudio antropológico» *Gazeta de Antropología*. Nº 19.
- MATAIX VERDÚ, José y otros (1998): *Tabla de composición de alimentos españoles*. Granada, Universidad de Granada.
- MEAD, Margaret (1943): Dietary patterns and food habits. *Journal of the American dietetic association*. 19:1-5.
- MEAD, Margaret (1945): Manual for the study of food habits: report of the Committee on Food Habits. *Bulletin of the National Research Council*, No. 111. Washington, D.C.: National Academy of Sciences.
- MILLÁN, Amado (2002): «Malo para comer, bueno para pensar, crisis en la cadena socioalimentaria» En Mabel Gracia Arnaiz (coord.): *Somos lo que comemos: estudios de alimentación y cultura en España* Barcelona, Ariel, pp. 277-295.
- PETRONIO (1982): *Satiricón*. Traducción de Manuel Díaz y Díaz. Barcelona. Ediciones Orbis y RBA Proyectos Editoriales.
- PISARRO, Marcelo (2004): «Fantasma en la máquina. McDonald's, Coca-Cola y Folklore Post-industrial». *Potlatch. cuaderno de Antropología y Semiótica*. Año I. Nº 1. Buenos Aires. Underground Nerds Editora. pp. 52-76.
- REVEL, Jean François (1980): *Un festín en palabras. Historia literaria de la sensibilidad gastronómica de la Antigüedad a nuestros días*. Barcelona, Tusquets Editores.
- RITZER, G. (2000): *The McDonaldization of society*. California, Pine Forge Press.
- SANZ, Y., COLLADO, M. C. y DALMAU, J. (2003): «Probióticos: criterios de calidad y orientaciones para el consumo» *Acta Pediátrica Española*, Vol. 61, N. o 9: 476-482.
- SOLER, M^a del Carmen (1981): *Banquetes de amor y muerte*. Barcelona, Tusquets Editores.
- VIALLES, Noélie (1987): *Le sang e la chair. Les abbatorirs des pays de l'Adour*. París, Maison des Sciences de l'Homme.
- WATSON, James (ed) (1998): *Golden arches east: McDonald's in East Asia*. Stanford, Stanford University Press.
- WITTGENSTEIN, Ludwig (2003a): *Tractatus logico-philosophicus*. Madrid. Alianza Editorial.
- WITTGENSTEIN, Ludwig (2003b): *Sobre la certeza*. Barcelona. Editorial Gedisa.