

# **La comida casera hoy : la construcción de la identidad alimentaria**

**Dra. Patricia Aguirre. Antropóloga**

**Mesa: "La alimentación en la era Express"  
¡Bueno para comer o Bueno para Vender?**

*6° Congreso Argentino de Pediatría  
General Ambulatori-19, 20 y 21 de  
noviembre de 2014 -Sheraton Buenos Aires  
Buenos Aires. Miércoles 19 14 a 16 hs*

▪

## ◆ COCINAR Y COMER EN ARGENTINA HOY

◆ Patricia Aguirre

◆ Diego Díaz

◆ Gabriela Polischer

◆ Que es comida casera Hoy?

## Resultados parciales de una investigación ESSEN –SAP



- Cocinar y Comer en Argentina hoy-
- 6-Regiones INDEC (1.-NOA, 2.-NEA, 3.Cuyo, 4.Pampeana 5.Metropolitana y 6-Patagónica)
- 3 sectores de ingreso Alto – medio - bajo
- 3 etapas ciclo de vida arranque–expansión-fisión

## RESULTADOS CUALITATIVOS (desde los actores)

### ◆ Cocina designa:

- ◆ El **espacio físico** donde se prepara la comida
- ◆ El **aparato** donde se cuece
- ◆ El **modelo** que sintetiza consumos y conductas
  
- ◆ Como modelo (cocina Mexicana, Cocina China) es un reflejo de las relaciones sociales. Comemos así porque vivimos así
- ◆ Espejo donde mirar “la realidad” social de una época, en un lugar.

# COCINA COMO LUGAR DE TRABAJO

- ◆ Casa Proxi del Ingreso
  - ◆ La cocina no siempre es proxi . Heredamos el espacio de otros tiempos-En ese sentido el espacio es un fósil de otras relac. Sociales . El espacio es tan rígido (caños). Que en las encuestas se usa más la tecnología –
  - ◆ **El espacio de la cocina cambia porque cambió el rol de la mujer y el valor asignado a las tareas de reproducción y cuidado.**
  - ◆ **COCINA INTEGRADA**- 70% de las nuevas construcciones- Para calentar y no cocinar- OLORES
  - ◆ Desvalorización de la comensalidad sin espacio
  - ◆ Equipamiento: electrodomésticos- Sobredotación
  - ◆ -La industria mas que los electrodomésticos reduce el tiempo/espacio (pre-preparados) dest. A comer.
- TODAS las entrevistas marcaron el deseo de **MODIFICAR** el espacio de la cocina (aún quienes NO COCINAN NUNCA)

# COCINA como Modelo

- ◆ 5 componentes:
- ◆ 1.-Un grupo de **alimentos** propios
- ◆ 2.-Un grupo de **preparaciones** específicas
- ◆ 3.-Una manera especial de combinar las especias para lograr sabor (**saborizantes**)
- ◆ 4.-Reglas de **comensalidad** que marcan la sociabilidad esperable en cada comida
- ◆ 5.-Un agregado social que la practique y ya sea como cocineros o comensales la juzguen , la repitan la modifiquen y la **transmitan**

## ◆ COCINA COMO MODELO – COMIDA

- ◆ Comida distinta de comestible
- ◆ comestible : biológico, comida es social heredera de una historia y de las relaciones sociales que condicionan como se produce , distribuye y consume en un tiempo, lugar y cultura determinadas.
  
- ◆ En nuestra selección lo que se llama **COMIDA es heredera del sistema de producción agroindustrial-**
- ◆ Retroceden los alimentos frescos (naturales)
- ◆ Dominan alimentos industrializados- envasados, conservados, saborizados, coloreados, mecánicamente producidos, mercado mayorista-minorista, garantizados por sistemas expertos.
- ◆ Aún en áreas rurales el % de alimentos industriales es notable capacidad de compra antes que identidad. a medida aumenta la pobreza y el aislamiento aumenta la alimentación industrial .
  
- ◆ Dietas Des-localizadas y des-estacionalizadas
  
- ◆ **Comida hoy es mas industria y menos cocina**
- ◆ Tendencia es más laboratorio (alicametos) que industria en la cocina .

## ◆ **COMIDA – Alimentos**

- ◆ Hoy pierden los **productos locales y regionales** Solo se conservan si se industrializan: locoto en polvo, dulce de rosa mosqueta) **porque responden a las relaciones sociales de otro tiempos** (Arrope de tuna 6 horas clarificando 8 horas concentrando)
- ◆ **Aumenta la comida industrial —**
- ◆ **Tiempo**
- ◆ **Servicio – practicidad**
- ◆ **HOMOGENEIZACION-** muchas marcas de lo mismo (15 especies constituyen el 90% de los alimentos industriales)

## ◆ Frescos



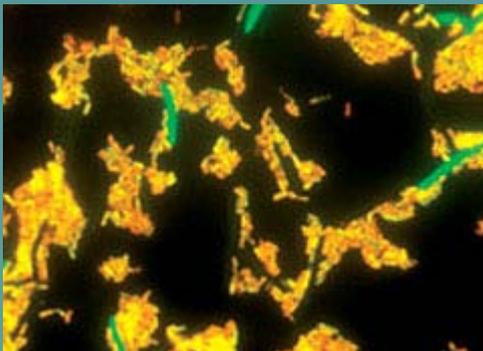
- ◆ Experiencia directa
- ◆ Control cualidades organolépticas
- ◆ Transmisión tradicional

## ◆ Alimentos industrializados



- ◆ Las mismas operaciones en distinta escala
- ◆ Reconocibles- Homologación
- ◆ Sistemas expertos (Marcas-Medios–Estado-Academia)

## ◆ A. Creados



- ◆ Surgen de laboratorios para cubrir necesidades (funcionales, Pre/probióticos/fortificados, novo, ultrapr.)
- ◆ No tienen relación a lo conocido – ni por homologación-únicos – especiales (leche ca/Fe).
- ◆ ALIMENTOS SIN HISTORIA
- ◆ La información es fundamental. Claims (afirmac. propiedades nutricionales de la indus. y los medios masivos como formadores de sentido y gusto.
- ◆ Agroindustria genera una demanda adaptada a su oferta- Nichos de mercado segmentados por sector de Y (pobreza), genero, edad (alimentos infantiles). E.salud

# Medios masivos : los principales creadores de sentido acerca de la alimentación actual y la lógica no es el cuidado, la salud, o la identidad sino LA GANANCIA

- ◆ NICHOS CADA VEZ MAS RECONDITOS
- ◆ BEBES
- ◆ NIÑOS
- ◆ ADOLESCENTES
- ◆ MUJERES
- ◆ ENAMORADOS
- ◆ DEPORTISTAS
- ◆ ESTRIÑIDOS
- ◆ POBRES
  
- ◆ El consumo construye subjetividad
  
- ◆ Y nos quieren convencer que también construye ci



# COMIDA CASERA es la comida de las madres y es la madre de todas las comidas

1- Antes dominar el proceso total

- Hoy **ARMADO DE PRODUCTOS INDUSTRIALES DENTRO DEL HOGAR** (fideos c/ salsa- Mayonesa de atún, flan en polvo frente al flancito envasado)

2- **preparaciones "cotidianas"**

(milanesas con papas fritas, pastel de papas) compradas hechas pero consumidas en la casa-

## ◆ Señalamos

1.-El gusto y la comensalidad aparecen en último lugar.

2.-des-legitimación de la mujer cocinera

3.-CALENTAR Y NO COCINAR

# COCINAS. 2 PREPARACIONES

- ◆ Tradición : profundidad temporal : 2 generaciones: la cocina de la abuela-
- ◆ Cambio ? permanencia?-
- ◆ Como cambia?:más estructural-menor velocidad y profundidad del cambio.
  
- ◆ Según los actores:
- ◆ **EMPOBRECIMIENTO** de las preparaciones en la cocina:
  - Menor **número** de preparaciones
  - Menor **complejidad** de las preparaciones
  - Menores oportunidades de **comensalidad**-
  - Menor **valor del evento** alimentario (picoteo)
  - Menor importancia de la cocina casera frente a la **exococina**  
No perciben menos alimentos por falta elección de muchas marcas de lo mismo
- ◆ Distinto de simplificación por edad (niños –viejos), educ.nutricional (mas frescos –salsas)

# COCINA – 4-SABORIZANTES

- ◆ **Condimentos:** especias y hierbas, pero hoy : frutas (limón) salsas (mayonesa, ketchut, savora, soja, inglesa, criolla, etc) mezclas pre-hechas (condimento para pizza) alcoholes (vino).
- ◆ Por debajo de los 40/45 años pocas mujeres usan especias "puras" , prefieren usar "saborizantes" mezclas envasadas que estandarizan el sabor en 8 gustos homogeneizando prep.
- ◆ Más de 45 años. Especias puras y domina el triángulo ají-orégano-pimentón

# COCINAS – 4 COMENSALIDAD

- ◆ Sociabilidad que genera la comida.
  - ◆ Normas que rigen el comer y los comportamientos esperables cuando se comparte la comida. MESA.
  - ◆ Gramática de la mesa: articula tiempos y espacios (festivo año, diario. Formato de cada comida- dm/AC (plato principal-salado-denso-caliente). SIRVE PARA PENSAR
  - ◆ **Desayuno**-desparece, **almuerzo**- depende distancias-
  - ◆ **merienda**- la mas desestructurada de las comidas-cuando llegan al hogar. **Picoteo** solitario. **Cena**- comida principal. Rápida, práctica, liviana/sana-familiar-
  - ◆ **MESA cuestionada- como lugar de encuentro y transmisión. Comer frente a la TV (diálogo intergen.)**.
  - ◆ **Aparecen alternativas sillón TV- Escritorio cpu (solitaria)**
  - ◆ **PERDIDA** no es espacial es valorativa. MESA ha sido un lugar de transmisión de valores (sociales-familiares) y formación de identidades-
- Géneros**- antes rígidos hoy en transformación pero no tanto (compartir la cocina si la limpieza no- techo de cristal y piso pegajoso- lejos de la igualdad
- Edades** antes separación hoy integración a la mesa adulta con voz y voto.

# COCINA – 5.-TRANSMISIÓN

- ◆ **ANTES** : práctica por observación participante- boca a oreja,muj.
- ◆ **HOY** – cambios culturales desvalorizan las actividades reprod. (cuidado, crianza, maternidad) en pro del mercado. La cocina se desvaloriza (tiempo es oro-no perder tiempo en preparar y comer, otras tareas son más importantes dice la publicidad: empleo, recreación, belleza).
- ◆ **ELECTRODOMESTICOS E INDUSTRIA** (tiempo-sencillez)
- ◆ **Una generación que no conoció madres cocinando. CORTE.**  
Transmisión inter-generacional: mas rica xo mas pesada  
Transmisión intra-generacional; no se busca ni valoriza

**Cuales son los principales medios de transmisión ENVASES (industria) MEDIOS (libros y revistas) INTERNET.**

**VARONES ENTRAN A LA COCINA POR PLACER  
MUJERES POR MANDATO**

# SALUD y COCINA

- ◆ Las madres NO SABEN
- ◆ La alimentación se ha transformado en "saber experto".
- ◆ Valorización del saber formal (credenciales) sobre la experiencia (Saber joven sobre saber viejo)
- ◆ Las madres/abuelas han sido "vaciadas de saber"
- ◆ El sistema de salud es el único autorizado a decir como se nace, como se amamanta, como se cría, como se alimenta y sus cambios son tan rápidos que no permiten ni siquiera la acumulación de saber entre un hijo y otro (4: cereales, 6- purés colores- 6 carne)
- ◆ Crea madres dependientes, inseguras, solitarias. Sin confianza en su capacidad de actuar. Con un sist.salud expulsivo caen en manos de la INDUSTRIA Y LA PUBLICIDAD QUE LES "ENSEÑAN " COMO ALIMENTAR BIEN A LA FAMILIA- con la lógica de la ganancia no de la salud -



# Saber materno

- ◆ El Niño es poseedor de un saber "natural"
- ◆ Puro, Inmanente, biológico, en contacto con la necesidad , respetable porque es incontaminado, esencial.

◆ Sist.Salud ) MADRE NO  
◆ S.Científico ) SABE NADA ( Niño  
saber natural

- ◆ Al revés de la cultura humana donde los padres enseñaron a comer

# Salud y cocina

- ◆ **MADRES VACÍAS DE SABER Niños sabios.**
- ◆ **NICHO DE MERCADO -No resulta extraño el crecimiento de la comida buena para vender y pésima para comer en niños (gaseosas, snacks, pre-preparados fritos y salados han modificado el estado nutricional que se observa en la práctica pediátrica.**
- ◆ **Niños : fritos, gaseosas, snaks INDUSTRIA.**
- ◆ **Madres: hervidos y asados (sanos) fru/ver.**
- ◆ **Conjuran la fritura indus.horneando los fritos**
- ◆ **Regulando la cantidad de veces que se come (no el producto).**
- ◆ **NI MADRE NI PEDIATRA GANO EL NICHO DE M.**

# COCINA ES NEGOCIACION

- ◆ Cerramos este estudio subrayando la cocina como negociación, cada día, en cada evento. FLEXIBLE.
- ◆ HEGEMONIZA ESTE CAMBIO LA IND. Y PUBL. Con una lógica de la ganancia. (Ni salud, ni cuidado)
- ◆ Existen múltiples y contradictorias ideas, de fuentes diversas NO JERARQUIZADAS, TV VERDAD que conspiran contra una visión clara y consistente de lo que es la alimentación, necesidades, placeres.
- ◆ Pese a ese pandemonium, las mujeres realizan el esfuerzo por hacer una síntesis coherente y práctica de lo que sería una "buena alimentación" para su familia poniendo en juego los deseos y necesidades de los comensales, de la cocinera, DENTRO de su ACCESO (ingresos, información).
- ◆
- ◆ que la soporte.

- ◆ Entre los ingresos,
- ◆ las publicidades,
- ◆ el sistema médico y
- ◆ las preferencias individuales de los miembros,
- ◆ se debaten cada día las opciones reales de la comida,
- ◆ con una especialista (la mujer-madre-cocinera) desvalorizada en ese rol

# Alimentación situada producto y productora de relaciones sociales

- ◆ Esta Alimentación es funcional a estas relaciones sociales
- ◆ Caen actividades de cuidado y crianza (reproductivas en función de la producción) donde la industria (alimentaria y electrodomésticos) mandan en la comida casera = mujer 2ble carga = ocio controlado frente pantalla.
  - **GANA LA SOCIEDAD (de mercado)**  
**PIERDEN LOS SUJETOS -**

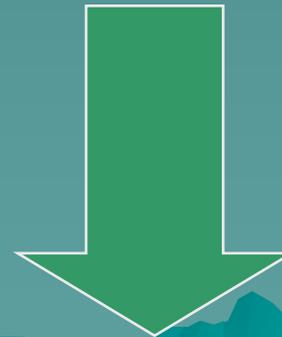
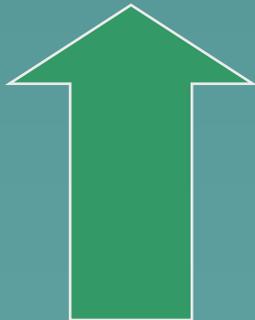
- Todos los patrones alimentarios deben cambiar
- Los de quienes no tienen
- Los de quienes tienen demasiado
- No solo por la salud de los comensales sino por la salud del planeta
- El cambio climático, la crisis energética,
- Nuestra supervivencia como especie
- Dietas de diseño (frugales, locales, veg)

- ◆ **Cambiar la alimentación es cambiar las relaciones sociales**
- ◆ **Cambiar las relaciones sociales sin duda modifica producción, distribución y el consumo alimentario .**
- ◆ **Tanto a nivel global como local hay creciente cantidad de iniciativas**



# Las propuestas

- ◆ **MICRO: desde la cultura de la cotidianidad**
- ◆ **Cambiar la alimentación para cambiar las relaciones sociales :**
- ◆ **MACRO : desde las instituciones**
- ◆ **Cambiar las relaciones sociales para cambiar la alimentación**

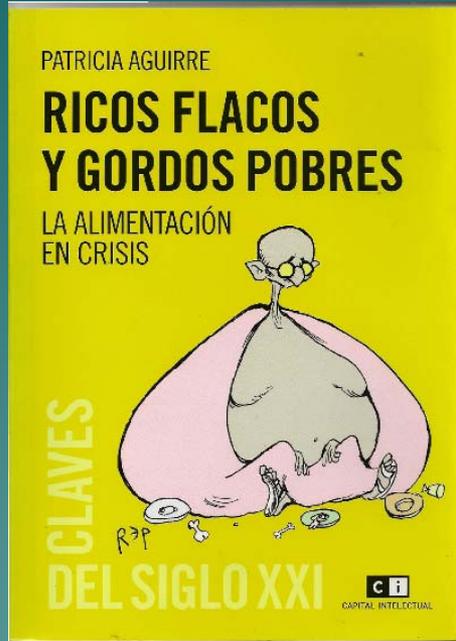


# GRACIAS

◆ COCINAR Y COMER EN ARGENTINA  
HOY

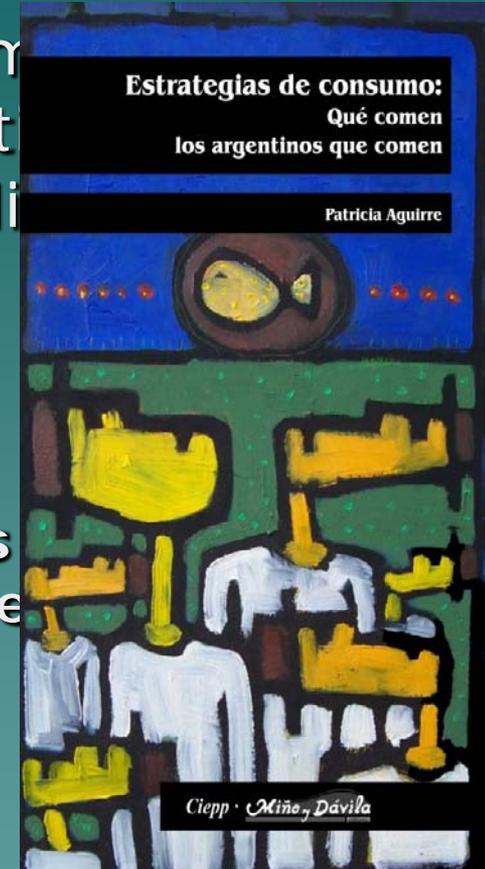
◆ [patriciaguirre2@gmail.com](mailto:patriciaguirre2@gmail.com)

- ◆ Gracias por la escucha atenta Y PERDÓN por la perspectiva sombría y el trabajo que nos espera



Estrategias de Consumo  
Qué comen los Argentinos  
que Comen Editorial Miño y Dávila-CIEPP.

Ricos Flacos y Gordos  
Pobres Edit Capital Intelectual  
Claves del siglo XXI



[patriciaguirre2@gmail.com](mailto:patriciaguirre2@gmail.com)