

PARA GRADOS ACADÉMICOS DE LICENCIADOS (TERCER NIVEL)

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

DECLARACIÓN y AUTORIZACIÓN

Yo, **MARÍA DE LOS ÁNGELES PACHECO MIRANDA**, con C.I. **171234232-6** autor del trabajo de graduación intitulado: **"Estandarización o Identidad Cultural Frente a la Globalización: El Caso del Consumo Alimentario de los Jóvenes Ecuatorianos"** , previa a la obtención del grado académico de **SOCIOLOGÍA CON MENCIÓN EN RELACIONES INTERNACIONALES** en la Facultad de **Ciencias Humanas**:

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador a difundir a través de sitio web de la Biblioteca de la PUCE el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de Universidad.

Quito, 15 de MAYO del 2013



MARÍA DE LOS ÁNGELES PACHECO MIRANDA

C.I. 171234232-6

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
ESCUELA DE SOCIOLOGÍA Y CIENCIAS POLÍTICAS

DISERTACIÓN PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
SOCIOLOGA CON MENCIÓN EN RELACIONES INTERNACIONALES

*“ESTANDARIZACIÓN O IDENTIDAD CULTURAL FRENTE A LA
GLOBALIZACIÓN: EL CASO DEL CONSUMO ALIMENTARIO DE LOS
JÓVENES ECUATORIANOS”.*

MARÍA DE LOS ANGELES PACHECO MIRANDA

DIRECTOR: EC. MARCO ROMERO

QUITO, MAYO 2013

Dedicatoria

A mi hermana, Jimena,
por su apoyo y confianza incondicional.

A mis padres,
Por ser la luz en mi camino,
Por su paciencia y su comprensión.

Agradecimiento

A mi familia y amigos, sobre todo a Fernando
por sus consejos, preocupación y
ánimo constante en el desarrollo de la presente disertación.

A Marco Romero,
Por las enseñanzas en la cátedra universitaria,
por aceptar ser mi guía en la elaboración de este estudio,
y su dedicación implacable.

RESUMEN

En la actualidad existe el debate de si con el proceso globalizador, la tecnología, el libre mercado y el sistema capitalista se están homogenizando las diferentes culturas, forzando a que estas realicen las mismas prácticas sociales, las cuales, antes las diferenciaban y las hacían únicas. O si al contrario, como respuesta a este estímulo de igualación, las prácticas sociales de cada una de las sociedades se están fortaleciendo y respaldando a la localidad. La identidad cultural se refleja en prácticas sociales, las cuales contienen un valor simbólico para las personas que las ejercen. Es por este motivo que en la disertación se observa y se analizan los hábitos alimenticios, como una de las prácticas sociales con más peso dentro de la cultura.

La presente disertación tiene como objetivo principal analizar si los patrones actuales de alimentación de los ecuatorianos tienden a ser homogéneos a una cultura mundial –como expresión del proceso de globalización-, o incluyen elementos diferentes y propios, respondiendo a la identidad cultural.

En la disertación se critica a estas dos teorías, es decir, globalización y localidad, reflejadas en los hábitos alimenticios. Así se señala al “fast food”, los congelados y la comida preparada como pertenecientes al proceso globalizador, en el que los alimentos donde los principales actores son las transnacionales cuya actuación incluso llega a afectar la conducta de las sociedades para formar un nuevo sistema alimentario. También se analiza la relevancia de la localidad y la representatividad que ésta posee en la identidad de los hábitos alimenticios.

Se observa que los hábitos alimenticios responden a factores fisiológicos y psicológicos, económicos, ecológicos, culturales, y los relacionados con la urbanización e industrialización, de cada individuo y a su vez de la sociedad. En el Ecuador la alimentación gira prioritariamente alrededor de dos tendencias; como una elección cultural, o como una práctica de reproducción económica. Al estudiar la cocina ecuatoriana, se puede observar que responde a diferentes categorías: económica; regional; urbana o rural; y ceremonial o cotidiana. Dentro de los hábitos alimenticios del ecuatoriano, a pesar de

responder a las categorías previamente mencionadas, sí se identifica, en su cotidianidad, la presencia de consumo de platos globales, porque estos responden a la lógica de la vida moderna, es decir: de bajo presupuesto, de fácil accesibilidad y transporte, y sobre todo de rápida accesibilidad.

En la disertación se observa la producción alimentaria del país en los últimos años, comprobando que la mayoría de la superficie cultivable del país está destinada a la producción de cinco productos, la mayoría de ellos destinados a la exportación. Apenas una décima parte de la superficie cultivable del Ecuador está destinada para la producción de los alimentos que conforman la Canasta Básica. La investigación de las importaciones de alimentos demuestra un ingreso cuantitativamente importante de productos necesarios para la nutrición de la población ecuatoriana. De la comparación de la composición de las dos últimas canastas básicas (1994-2012), en el ítem de alimentos y bebidas, se observó que los productos de mayor consumo son: arroz, carne de res, pan, leche y pescado fresco. También se observa, en ese lapso, la diversificación del consumo de productos industriales que requieren procesos de elaboración previos a su consumo, la incorporación de alimentos derivados de especies animales y vegetales, la amplificación de variedad de derivados de productos alimenticios, y la adición de productos que resultan de la adopción de modelos alimentarios no propios a la fecha inicial, mientras se añaden productos suntuarios utilizados en actividades de recreación.

Las respuestas del grupo focal y el análisis de las entrevistas a informadores calificados permiten concluir que la estandarización de los modelos de alimentación, derivada del proceso de globalización, se presenta en el consumo cotidiano, dónde se relaciona con una más eficiente disposición de los tiempos y horarios de trabajo. Igualmente se demuestra que los jóvenes, a pesar del acceso y adopción de diferentes modelos sociales, reproducen las prácticas sociales de sus antecesores y los patrones de consumo propios de lo que podría constituir una identidad cultural alimentaria del “ser ecuatoriano”, más notable en los momentos de mayor identidad.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO 1. GLOBALIZACIÓN Y CONSUMO ALIMENTARIO	8
1.1. Globalización e identidad cultural.	8
1.1.1. <i>Alimentación dentro de la globalización.</i>	11
1.1.2. <i>Globalización y “dieta mundial”.</i>	18
1.2. Factores y actores en las tendencias del consumo alimentario.	22
1.2.1. <i>Determinantes de los hábitos alimenticios.</i>	22
1.2.2. <i>Actores que forman los hábitos alimenticios.</i>	28
1.3. Globalización y patrones alimentarios en América Latina.	34
1.3.1. <i>Inserción de América Latina dentro de la globalización alimentaria.</i>	34
1.3.2. <i>Alimentación en América Latina</i>	37
1.3.3. <i>Fast food vs. Comida local en América Latina</i>	40
1.4. Los jóvenes en la alimentación.	45
CAPÍTULO 2. CONSUMO ALIMENTARIO EN EL ECUADOR	51
2.1 . Características fundamentales en los hábitos alimenticios de la población ecuatoriana, e incidencia de factores de identidad.	51
2.1.1 <i>Características de la alimentación ecuatoriana.</i>	53
2.1.2 <i>Cocina ecuatoriana.</i>	60
2.1.3 <i>El efecto de la globalización en la comida ecuatoriana.</i>	65
2.2 Actores y factores en la evolución de los hábitos alimenticios de los ecuatorianos.	70

2.2.1	<i>La industria de la alimentación en Ecuador.</i>	71
2.2.2	<i>Comparación de las Canastas Básicas de 1994-2004.</i>	79
2.3	Investigación	88
2.3.1	<i>Entrevistas a Expertos</i>	89
2.3.2	<i>Grupo Focal</i>	97
CONCLUSIONES		101
BIBLIOGRAFÍA		110
ANEXOS		121

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Alimentos según su procedencia con fechas probables de intercambio transcontinental. .	14
Tabla 2. Alimentos por regiones del Ecuador.	58
Tabla 3. Alimentación de los Ecuatorianos.	63
Tabla 4. Bebidas Tradicionales ecuatorianas	64
Tabla 5. Cultivos del Ecuador.	72
Tabla 6. Producción de cultivos para consumo interno.	73
Tabla 7. Importaciones del Ecuador.	77
Tabla 8. Gasto mensual de consumo por principales productos alimenticios a nivel nacional.	85

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Ecuador 2010. Apreciación nacional de la globalización.	67
Ilustración 2. Estructura del gasto mensual de la Canasta Básica de 1994	80
Ilustración 3. Estructura del gasto mensual de los hogares a nivel nacional.	81

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Productos de la Canasta Básica (1994-2004)	121
Anexo 2. Almuerzo de jóvenes universitarios del día miércoles 30/01/2013.	123
Anexo 3. Almuerzo del domingo 15/12/2012 de jóvenes universitarios.	124
Anexo 4. Cena de Navidad y Año Nuevo a 133 alumnos, el 11/01/2013.	125
Anexo 5. Grupo Focal.	126
Anexo 6. Guía de entrevistas a Informantes Calificados.	128

INTRODUCCIÓN

En el pasado la internalización productiva era simplemente la expansión comercial o la implementación de sedes, sin embargo, en la actualidad los factores de producción son móviles y transferibles, y es justamente esta dinámica la que maneja la esfera productiva que requiere de más amplia apertura comercial y de redes descentralizadas. Así la reorganización económica conduce las acciones mundiales a la respuesta de un orden global. Esta idea se liga con el concepto de globalización, en el que los distintos estados empiezan a ser interdependientes, no exclusivamente en el aspecto económico sino también en un conjunto de factores políticos, sociales y culturales, que son divulgados con mayor facilidad y rapidez que en periodos previos. Considerando que la globalización provoca un sentido de desamparo no solamente para la movilidad del comercio y de la economía, sino también para la institucionalidad social y reproducción cultural, la globalización se presenta como un supuesto proceso de homogenización y pérdida de prácticas culturales, es decir una guía hacia la construcción de una cultura global a través de la expansión de la cultura occidental. Las relaciones entre lo global y lo local no son contradictorias; se sostiene que en actualidad estos dos conceptos deben imbricarse y adquirir nuevos rasgos, en donde lo local debe entenderse como un aspecto de lo global, permitiendo la persistencia de señas de identidad dentro de un mundo globalizado, tanto económico como político, en el que cada vez más crecen las barreras locales en el plano cultural.

La Sociología afirma que el ser humano se construye como tal a partir de las diferencias o similitudes ante las demás personas. Sin embargo, para que un ser humano se reconozca como perteneciente a una sociedad debe realizar las mismas prácticas, y éstas deben tener el mismo valor personal, códigos e intereses, que para el resto de individuos que forman dicha sociedad. Estas prácticas pueden ser modificadas por determinantes como la economía, el tiempo, o una ideología determinada. Por esto la identidad cultural es un proceso subjetivo, pero de participación y reconocimiento colectivo.

Considerando los aspectos de la globalización y cómo éstos llegan a interferir en las prácticas sociales, ya sea eliminando los conceptos de identidad cultural como elementos

de diferenciación o exclusividad, o fortaleciendo dichas prácticas de identidad como contra-respuesta a la sobreoferta de información y acceso a cualquier producto del mundo, es necesario realizar un estudio que confronte aspectos de la globalización con la caracterización y el estudio de los determinantes que construyen una identidad cultural en una sociedad, en este caso en torno a la alimentación. Estos son los objetivos principales de esta disertación.

Ciertas prácticas sociales son comunes y poseen el mismo valor cultural en todas las sociedades, una de ellas, y la más importante de las prácticas sociales, es la cocina. Dentro de esta práctica se observa como el consumo y la cocción de los alimentos evolucionan y se transforman junto con la identidad cultural de una sociedad específica. La elección de sabores y texturas para alimentarse, y los hábitos que existen alrededor de ellos, se heredan de generación en generación y conforman un sistema de clasificación alrededor del mundo, incorporando a sus prácticas de consumo la variedad de productos alimenticios seleccionados y accesibles, de forma tal que las sociedades lo ven como algo coherente y espontáneo. Es por ello que la cocina y los hábitos alrededor de la alimentación generan patrones de identidad cultural, gracias a sus elementos o determinantes, que permiten diferenciar unas culturas de otras.

Se identifica como significado de cultura alimentaria al “conjunto de representaciones, de creencias, conocimientos y de prácticas heredadas y/o aprendidas que están asociadas a la alimentación y que son compartidas por los individuos de un grupo social determinado dentro de una cultura” (Arnaiz, 2008. p. 222). La cocina de un país está ligada a sus procesos socioeconómicos y políticos, y los principales actores de dichos procesos son sus pobladores, por ende se afirma que la cocina popular y tradicional es creación de ellos, y es de este aporte de donde surge la diferenciación entre dieta y cocina, entendiendo la primera como lo que se come para la supervivencia, mientras que cocina hace referencia a la construcción cultural.

Dado que dentro de la práctica social de la alimentación se observan dos fenómenos contradictorios: el primero que, como resultado del proceso de globalización, se observa la homogenización de la alimentación al ser los alimentos parte del flujo de mercancías y de

debates de libre comercio global en el que pierden su “biografía” o el origen de su trayectoria; y un segundo fenómeno, donde se observan las prácticas alimentarias como una costumbre social y se señala a “la cocina como un marcador étnico” (Ochoa, 2009). Es por este motivo que el tema de la investigación se fundamentará también en los conceptos de estandarización y elemento cultural dentro del ámbito de la alimentación. A partir de estas concepciones, aplicadas al análisis de caso y referidas al consumo alimentario, se propondrá un patrón comparativo entre la identidad cultural y la estandarización en los hábitos alimenticios de los jóvenes ecuatorianos. Con el modelo propuesto se tratará de responder si los hábitos alimenticios corresponden a un proceso de cambio o de estandarización como respuesta a la globalidad o, al contrario, si éstos permanecen en la sociedad como respuesta a su identidad cultural.

La investigación en su primer capítulo analizará críticamente los ejes esenciales de las teorías que guían el estudio propuesto, es decir: aquellas de globalización e identidad cultural que está directamente unida con la de localidad. La investigación permitirá así la aplicación, en la práctica, de las teorías de Relaciones Internacionales, en un intento de sugerir mecanismos que puedan afirmar o negar patrones culturales de identidad en una sociedad dentro de una tendencia hacia la mundialización y estandarización alimentaria. Se presentarán en un grupo de jóvenes del Ecuador dos aspectos del proceso globalizador, aquel marcado por la búsqueda del libre comercio, el acceso infinito a la información, la mejora de la economía y la libertad de escoger los productos que el consumidor prefiera; o como un proceso que elimina las diferencias culturales y homogeniza a todas las sociedades como mercancías de reproducción del mismo sistema. Es en este momento donde surge el problema de la identidad cultural, es decir, surge la duda si ésta puede verse amenazada por el proceso de globalización o si, al contrario, al existir la opción de cambiar y que los ciudadanos escojan entre varias opciones, se puede dar el desarrollo y fortalecimiento de esa identidad cultural.

Se puede observar cómo, junto con el desarrollo de la globalización, el proceso normativo mundial es dirigido por las empresas transnacionales, y como son éstas las que direccionan y organizan la alimentación mundial, al poseer el control y dominio de las tecnologías productivas, de mercadeo e incluso del comportamiento social. La

globalización alimentaria encierra a los alimentos en un mercado internacional tanto de alimentos crudos como cocinados, generando un nuevo sistema alimentario: el “fast food”. De forma general se puede afirmar que el sistema alimentario no se mantiene al margen del proceso globalizador, y que este proceso incide mediante diversos mecanismos en la conducta y el consumo alimentario. Para lograr ese propósito económico-comercial, la empresa pone a disposición del consumidor más información y desarrolla mayor número de alternativas posibles de elección, para que se ajusten teóricamente a su ingreso, gustos, nivel educativo, ubicación geográfica y variables demográficas. Al hablar de la interferencia del proceso globalizador en los hábitos alimenticios, no se puede dejar de lado la influencia de los oligopolios de las diferencias existentes alrededor de la comida y su estrecho lazo con el poder y el dinero. Esta disertación mostrará de manera breve las inconsistencias alrededor de la comida, los hábitos alimenticios y la economía, e intentará demostrar que son las grandes transnacionales las que manejan los productos y lo que se debe comer en el mundo.

Por otra parte, en el mismo capítulo, se pretende mostrar la importancia y la representatividad que mantiene la identidad cultural dentro de los hábitos alimenticios y cómo, incluso a pesar de los estímulos de la globalización, en los rituales de mayor representatividad cultural se mantienen los hábitos alimenticios y los platos tradicionales propios de cada cultura y enfrentados al proceso global. Los hábitos alimenticios son forjados mediante el desarrollo y la adaptación de las culturas ante diferentes circunstancias y conductas sociales, las cuales terminan construyéndose como determinantes de aquellos. Para ser construidos como tales, los hábitos alimenticios deben responder a una serie de preguntas: ¿qué, cómo, cuándo, cuánto y por qué se come?; cuando estas preguntas son respondidas se identifican los determinantes que los forman, en esta disertación se reconocerán como tales: fisiológicos y psicológicos, económicos, ecológicos, culturales, y los relacionados con la urbanización e industrialización. A lo largo de este trabajo se observará cuáles de estos determinantes son los de mayor peso a la hora de escoger los alimentos.

Las cocinas de América Latina reflejan el mestizaje cultural entre indígenas, europeos y africanos, y posiblemente, en la actualidad, también de otros orígenes. El

consumo alimentario en la región retrata no solo su valor nutricional, sino también significados culturales diferentes a los del mundo occidental. Aunque en esta región también se observa de forma clara la influencia de la globalización dentro de los hábitos alimenticios, los gobiernos de cada país están desarrollando prácticas legislativas para tratar de proteger o al menos promocionar el consumo de los productos y platos locales, como la denominación de origen o declarar ciertos platos como patrimonio cultural.

Finalmente se observará como la globalización y la localidad encuentran una vía de armonización, al menos, dentro del área de la cocina. Ésta se resumiría en la glocalización, que refleja la confrontación entre lo local, que resiste con calidad, y lo global que, en general, implica precios más bajos y comercialización mundial de productos alimentarios. Por otro lado es necesario recalcar que la glocalización, haciendo referencia a los alimentos, también consiste en la capacidad de la adaptación de productos específicos de una región a la preparación culinaria de un plato específico mundial, sería entonces la acomodación de la materia prima propia de una región específica a la preparación de un plato global.

Posteriormente la investigación se centrará -en un segundo capítulo- en reconocer los determinantes alimenticios que forman los patrones de alimentación que obedecen a mecanismos de estandarización o bien aquellos que definen ciertas prácticas culturales ecuatorianas; estas prácticas notificarán la existencia de una sociedad ecuatoriana como tal, en la que se comparten, entre sus miembros, los mismos valores simbólicos. En el Ecuador más que señalar la existencia de una “cocina ecuatoriana” parece identificarse una cocina que responde a la pertenencia a una clase social o al ingreso económico en el hogar, que permitiría o no la satisfacción de las recomendaciones internacionales de ingesta diaria de calorías y nutrientes, que dependería, al igual que en otros países en proceso de desarrollo del precio de los productos que se van a consumir y la situación económica familiar. Se identificará también la diversidad de cocinas ecuatorianas definidas por las condiciones medioambientales de la región geográfica en la que se desarrollen, y por el aislamiento geopolítico derivado de la ausencia de vías de acceso, situaciones que permitieron la evolución de diferentes dinámicas sociales en cada localidad, y con ello la aparición de platos tradicionales propios cada región. Desde otra perspectiva en la cocina ecuatoriana se

diferencia aquella cotidiana de la de festividades. Es importante señalar el valor tanto de los productos que forman un plato cotidiano, como de aquellos que estructuran una preparación que posea jerarquía simbólica. En la cocina tradicional ecuatoriana se observa la herencia de varias generaciones atrás, es por este motivo que los platos presentes en ella tienen connotaciones afectivas e intereses culturales.

En la siguiente sección se pretende estudiar los diferentes escenarios, actores y productos que tiene la cocina en el Ecuador, para así poder concretar un modelo de alimentación, tradicional o no, que represente el pasado y el presente en los ecuatorianos, y que posea el mismo valor simbólico para todos. En el debate entre globalización o localidad se intentará demostrar si en la dieta cotidiana existe un cambio en el que tenga relevancia la globalización, una vez que los productos que oferta este proceso están ligados a la facilidad y rapidez de la vida moderna. Se buscará demostrar también que, en el consumo alimentario del ecuatoriano, no ha desaparecido el consumo de cocina tradicional, como reflejo de la identidad cultural nacional.

Para poder observar cuales han sido los cambios o los productos locales ecuatorianos que han sido sustituidos por el consumo de platos globales, en la siguiente sección del segundo capítulo se procederá a observar y a comparar la producción nacional, la exportación y la importación de productos alimenticios desde y hacia el Ecuador.

Adicionalmente la disertación pretende hacer un estudio comparativo de los productos que componen las dos últimas canastas básicas del Ecuador, de 1994 y 2004, a partir de los datos del INEC correspondientes, así como de aquellos de la misma institución referidos al censo 2011 y la Encuesta a hogares y condiciones de vida. De esta manera se observará la posible importancia de ciertos alimentos tradicionales en la dieta de los ecuatorianos y como, al pasar los años, el proceso de la globalización alteró algunos de los hábitos alimenticios más arraigados.

El área de estudio pretende reflejar al conjunto de la sociedad ecuatoriana, si bien en estricto sentido corresponde a la población quiteña, con especial énfasis en la sociedad universitaria de clase media. Como instrumento metodológico se realizó un grupo focal

como técnica cualitativa de estudio sobre las opiniones de siete estudiantes universitarios de sectores de clase media en la localidad urbana de Quito. La intención del grupo focal, es desarrollar un diálogo en donde los participantes comenten e interactúen bajo diferentes perspectivas sobre el tema focal y brinden una retroalimentación a la disertación. Los resultados del análisis del grupo focal, dada la característica de su muestreo propositivo, serán solamente utilizados como elemento guía y de respaldo a los argumentos expuestos. Además se realizaron entrevistas a informantes calificados como Julio Pazos, Patricio Moncayo, Javier Cárdenas y Edgar León.

La disertación se ajustará básicamente, y salvo las excepciones señaladas, a un modelo de investigación documental alrededor de globalización, identidad cultural, alimentación y el valor de la alimentación dentro de la sociedad ecuatoriana. Los documentos analizados se señalarán en el acápite de bibliografía.

CAPITULO 1. GLOBALIZACIÓN Y CONSUMO ALIMENTARIO

En este capítulo se analizarán los ejes esenciales de las teorías que guían el estudio propuesto, es decir de aquellas referidas a globalización e identidad cultural, relacionadas las dos al consumo alimentario. Una vez establecidos los elementos y procesos que las definen, se procederá a su confrontación y al estudio de una posible vía de armonización. De igual forma se establecerán también los determinantes y actores que forjan los hábitos alimenticios dentro de una sociedad. Finalmente, en la tercera parte, se describirá cómo la globalización y la localidad, junto con los determinantes y actores de los hábitos alimenticios, repercuten en el consumo alimentario de América Latina.

1.1. Globalización e identidad cultural.

Según Giddens (2006) y Rebato (2009) se ha interpretado la globalización como un proceso relativamente nuevo y novedoso, sin embargo su estudio demuestra una larga evolución conforme se modificaron los factores que la forjan. Robie Robertson en su libro “3 olas de globalización” (2005, p.18), señala que el proceso, tal como lo indica en el título de su obra, se ha dado durante tres “momentos olas”: “la primera a partir de 1500, la cual tuvo por eje la globalización del comercio regional; la segunda, de 1800 en adelante, tuvo su ímpetu en la industrialización; la tercera fue el resultado de la construcción de un nuevo orden mundial a partir de 1945”. Si bien la presente investigación no pretende relatar la cronología de la globalización, es importante conocer su dimensión histórica y social.

Si aceptamos el criterio de Robertson, las “olas” de globalización surgen a partir de momentos críticos globales (expansión del territorio conocido, desarrollo tecnológico e industrial, crisis de postguerra) que inducen una posterior interacción mundial a través del comercio: durante los procesos posteriores a esos momentos se produce la difusión e imposición internacional de los patrones de consumo y, muchas veces, de la tecnología de los países hegemónicos. En el último cuarto del siglo XX el proceso gira alrededor del fortalecimiento, auge y liderazgo de las empresas transnacionales que controlan la

tecnología, la apertura económica, y los modelos y dirección del libre comercio, desarrollando así la idea y el concepto actual de globalización.

Es evidente que en los últimos quince años la palabra “globalización” ha sido un término de moda, con múltiples usos e interpretaciones. Con ella se ha tratado de identificar procesos de intercambio masivos y de creación de un “solo mundo”. La Real Academia de la Lengua Española (2002, p.771) define globalización como: “la tendencia de los mercados y las empresas a extenderse, alcanzando una dimensión mundial que sobrepasa las fronteras nacionales”. Palmer (2006, s.p.) conceptúa la globalización como la “disminución o eliminación de las restricciones impuestas por el Estado sobre el intercambio voluntario a través de las fronteras, y al cada vez más integrado y complejo sistema mundial de intercambio y producción que ha surgido como resultado de la eliminación de dichas restricciones estatales sobre el comercio voluntario a través de las fronteras”. En este sentido Bayardo (2003, p. 14) afirma que la palabra globalización “corresponde a un proceso de concentración y centralización del capital donde adquiere mayor fuerza e invade ciudades, naciones y continentes, formas de trabajo y de vida, modos de ser y de pensar, producciones culturales y formas de imaginar”, ya que conlleva, de acuerdo al autor, la perceptible pérdida de fronteras del quehacer cotidiano en sus distintas dimensiones. La globalidad rompe con el concepto de estado-nación y sociedad nacional, siendo el espacio actual donde se forman redes de nuevas relaciones de poder y competitividad entre unidades y actores -incluso del mismo estado nación- y también de elementos de identidad, espacios, situaciones y procesos sociales transnacionales. Así el proceso de globalización, tal y como lo vemos en la actualidad, incluye una serie de transformaciones sociales y políticas en la economía mundial que limitan el rol de los Estados como actores centrales del desarrollo nacional. La percepción actual es que el proceso global es normado por reglas supranacionales definidas por empresas transnacionales que, al estar direccionadas al lucro y acumulación del capital, establecen como prioridad la obtención de ganancias, de ser posible en el corto plazo.

La globalización es observada también como un proceso que, además de incluir el libre comercio de mercancías y servicios, genera un sentido de desamparo y falta de aplicación de las normas sociales. Ortiz, en su libro “Mundialización y cultura” (2004),

afirma que a pesar que la mundialización a primera vista tiende a alejar las particularidades, aquella referida a la cultura se revela a través de lo cotidiano y por ello en las simples prácticas sociales se pueden visualizar procesos que podrían definirse como de “mundialización de la cultura”. De igual forma el mismo autor diferencia globalización de mundialización, afirmando que el término globalización hace referencia a los movimientos económicos, mientras que el segundo se refiere a la cultura, en donde la categoría “mundo” está en constante diálogo con el movimiento de la globalización y el universo simbólico de la cultura global. Siguiendo el análisis que realiza el mismo autor sobre la construcción de la cultura, se afirma que el movimiento económico o el sistema mundo no están totalmente desligados del nacimiento de la cultura global, ya que la construcción teórica del capitalismo concede a la civilización el intercambio material internacional, donde los hábitos culturales acentúan la movilidad mercantil. En este sentido se puede señalar que, aunque este autor marque la diferencia entre globalización y mundialización bajo parámetros de economía y cultura, los dos términos –mundialización y globalización- hablan de procesos generalizadores de un sistema global.

Los defensores del proceso de globalización como Palmer (2006), Ortiz (2004) y Simmel (1990) señalan los posibles beneficios económicos, sociales y políticos que podrían resultar de él: multiplicación sin límite de los flujos de bienes, servicios y factores de producción que se darían sin barreras y eliminando distancias, y que podrían, eventualmente, elevar el nivel económico de los países al permitir el ingreso de sus productos a un mercado mundial en una escala de supuesta igualdad. Para la cultura eurocentrista, base del capitalismo, el desarrollo del comercio mundial se entiende como sinónimo de civilización y aún propone que fueron la libertad de comercio, su dinamismo y un supuesto mecanismo de equidad los elementos que permitieron equiparar a los hombres y desarrollar la práctica y teoría de la igualdad proclamada en los derechos humanos. Esta reflexión, sin embargo, olvida la realidad de las asimetrías e inequidades en las relaciones comerciales, tanto entre individuos como entre naciones.

Las teorías globalizadoras y antiglobalizadoras terminan por plantear un debate en su relación con la identidad cultural: ¿la globalización suprime esa identidad?, o bien ¿la

identidad cultural presente en una localidad predomina sobre el proceso globalizador? La posible respuesta al dilema requiere del estudio de algunos elementos conceptuales.

Identidad cultural se conceptúa como el conjunto de prácticas sociales realizadas por un grupo determinado, mediante las cuales un individuo se reconoce como perteneciente a esa cultura (Garrido 2009). De acuerdo a las propuestas de Simmel o Cowen (citados en Palmer 2006) la globalización -que conlleva el teórico acceso a diversidad de prácticas y productos- genera mayores oportunidades de afirmación de la identidad y en último término de individualización, al permitir la opción de escoger prácticas con las que el individuo se identifica y de rechazar aquellas que no considera elementos culturales propios, diferenciándose de ellos.

Según la UNESCO (www.unesco.org) cultura es “el conjunto de saberes, creencias y pautas de conducta de un grupo social que abarca distintas formas y expresiones de una sociedad determinada. Por lo tanto las costumbres, las prácticas, las maneras de ser, los rituales, los tipos de vestimenta y las normas de comportamiento son aspectos incluidos en la cultura”. Por otra parte la cultura produce bienes y servicios que pueden ser comercializados siguiendo las normas estatales o privadas del mercado. Así la globalización, al permitir una expansión comercial de ámbito mundial de elementos culturales de diverso origen, conlleva la presencia de múltiples culturas en el mismo espacio permitiendo por este mecanismo y como ya se indicó, una clara diferenciación entre ellas, y posibilitando -en la teoría- su individualización, su reafirmación y su persistencia aún en el proceso globalizador.

1.1.1. Alimentación dentro de la globalización.

Varios pensadores de sociología como Luhmann (1996) o Bourdieu (1979) afirman que el ser humano se construye como tal a partir de las diferencias o similitudes ante las demás personas. Sin embargo, afirman que para que un ser humano se reconozca como perteneciente a una sociedad debe realizar las mismas prácticas como: danzar, realizar los mismos rituales sean religiosos o no, comer; y estas deben tener el mismo valor personal

que para el resto de individuos que forman dicha sociedad. Una de las prácticas sociales de mayor importancia es la alimentación. Arnaiz (2008) establece el concepto de cultura alimentaria como “conjunto de representaciones, de creencias, conocimientos y de prácticas heredadas y/o aprendidas que están asociadas a la alimentación y que son compartidas por los individuos de un grupo social determinado dentro de una cultura” (p. 222). Este conjunto entonces no puede ser separado de la relación estructural social. En cuanto a las prácticas alimentarias, como parte de la cultura y según la misma autora, se observan dos fenómenos contradictorios: el primero es que, como resultado del proceso de globalización, se observa la homogenización de la alimentación, al ser los alimentos parte del flujo de mercancías y de debates de libre comercio global en el que pierden su “biografía” o el origen de su trayectoria; y un segundo fenómeno, donde se observa las prácticas alimentarias como una costumbre social, donde se señala “la cocina como un marcador étnico” (Rebato, 2009). Las prácticas alimentarias guardan estrecha relación con los hábitos de alimentación, éstos últimos se estructuran y pueden cambiar por diversos factores, tales como el tipo de sociedad (urbana, rural, industrializada o no) y la importancia relativa del consumo de alimentos fuera del hogar, entre otros. Por consiguiente la manera de comer, las prácticas y hábitos alimentarios, se articulan en la cultura alimentaria.

Al momento se debate si la alimentación ha sido o no uno de los procesos envueltos en la globalización. Fritscher (2002, p.70.), por ejemplo, afirma que los hábitos alimenticios son un elemento de la identidad cultural, ya que “se observa una fuerte predisposición de la población al consumo de productos específicos y locales, vinculados con su cultura e identidad”. Por otra parte Rebato (2009) señala que dentro de la antropología sí se debe considerar a la industrialización alimentaria como una actividad de la agenda de la globalización, ya que ofrece al consumidor una elección casi infinita de alimentos procedentes de otros orígenes y países. La globalización alimentaria según Contreras (2005) posee dos características: una hace referencia al creciente tráfico de mercancías tanto de materia prima como de alimentos preparados para consumir; y la segunda a la multitud de procesos involucrados en su consumo, que se generalizaría en todas las regiones.

Bajo la categorización de Contreras (2005) es necesario recalcar la diferencia que existe entre hábitos e industria de alimentación. Los hábitos se relacionan con la identidad cultural de los individuos que, desarrollada en un espacio geográfico determinado, establece un nexo entre los productos consumidos y la localidad de origen. La industria alimentaria, como resultado del desarrollo de la tecnología agrícola y fuertemente influenciada por la globalización y la homogenización facilitadas por el libre mercado de alimentos, se aleja cada vez más de lo estrictamente agrícola, borrando con ello la unión entre el producto y su localidad de origen. De igual forma Fritscher (2002) asegura que la industria alimentaria, ubicada en la mayoría de casos en países desarrollados, es una industria global que resultó de las facilidades, cambios y modificaciones de los procesos agrícolas y de cosecha consecuentes a la aplicación de nuevas tecnologías a los productos primarios, como aquellas que modifican los tiempos de cultivo, la durabilidad y conservación de los productos, o la facilidad de acceso a nuevos mercados gracias al desarrollo de mejores y más eficientes formas de comunicación e incremento de la velocidad y facilidad en su transporte.

En el contexto general se puede afirmar que el sistema alimentario no se mantiene al margen del proceso globalizador, y que este proceso incide mediante diversos mecanismos en la conducta y consumo alimentario. Un análisis somero demuestra que el consumo y el mercado de alimentos han evolucionado según los acontecimientos globales coincidentes con las “olas” de la globalización. Recordando a Robertson (2005) la primera “ola” de globalización se dio en 1500. Alrededor de ese año, según Rojas (1995), las expediciones de Colón y posteriores introdujeron a América diversas variedades de especies europeas, asiáticas y algunas africanas, consideradas alimentos para la especie humana y de uso en Europa. En 1577, según López (1991), se registró la comercialización primaria de productos americanos a Europa como: el maíz, la papa, el tomate, el cacao y el maní; y como fuente de proteína animal, el pavo. Se podría deducir que estos procesos constituyen la primera “ola” de globalización alimentaria de productos de consumo cotidiano y frecuente en dos espacios geográficos diferentes: Europa y América.

Tabla 1. Alimentos según su procedencia con fechas probables de intercambio transcontinental.

	Desde Europa a América (1500) *	Desde América a Europa (1577)
ANIMALES	Vacas	Pavo
	Ovejas	
	Cerdos	
	Gallinas	
	Desde Europa a América (1500)	Desde América a Europa (1577)
GRANOS	Arvejas	Maíz
	Habas	Maní
	Garbanzos	
	Lentejas	
CEREALES Y TUBERCULOS	Trigo	Papa
	Arroz	
	Cebada	
	Avena	
	Centeno	
FRUTAS	Claudia	Aguacate
	Duraznos	Cacao
	Higos	Tomate
	Mandarinas	
	Mangos	
	Manzanas	
	Naranjas	
	Peras	
	Plátanos	
	Piñas	
	Sandias	
	Uvas	
	VERDURAS	Acelgas
Ajos		
Berenjenas		
Cebollas		
Coles		
Espinacas		
Lechugas		
Pepinillos		
Rábanos		
Remolachas		
Zanahorias		

*Algunos de los productos mencionados son originarios de Asia y África pero fueron introducidos desde Europa a América, por ejemplo, el arroz, el trigo y el mango.

Fuente: Kingman, E; Cuvi, N. (2009). *El molino y los panaderos. Cultura popular e historia industrial de Quito*. López, J. (1993). *De papa a patata. La difusión española del tubérculo andino*. Rojas, L.(1995). *Aportes alimenticios del viejo al nuevo mundo*. Estrella, E. (1998) *El pan de América*.

Elaboración: Propia.

Siguiendo la pauta propuesta por Robertson (2005) para el momento de la segunda ola de globalización, de 1800, se puede afirmar que junto con el desarrollo del proceso de industrialización que la caracterizó, se observan progresos técnicos y científicos que impactan en la estructura productiva y en la organización social. La tecnificación resultante de la fusión de estos procesos incrementó considerablemente la producción agrícola. La tierra dejó de ser la fuente fundamental de la riqueza al ser reemplazada por el comercio, sobre todo de carácter internacional. Se produjeron importantes avances en la producción industrial y manufacturera. Estos hechos se reflejaron también en la producción alimentaria: se abandonó la producción agrícola de auto subsistencia para forjar aquella de obtención de comestibles a gran escala. La mayor producción de alimentos resulta del desarrollo biotecnológico y de la expansión de la frontera agrícola, con periodos de cultivo más cortos, mayor rendimiento y productividad, y posiblemente con resultados más saludables en la población. De igual forma se observa en ese periodo el nacimiento y forja de una nueva dieta que incorpora productos obtenidos del comercio internacional. Un ejemplo lo demuestra: según Marcy Norton (2008), dentro de los menús de las fondas españolas de 1816 se consideraba al chocolate –elaborado a partir del cacao, producto nativo de América- como oferta básica en ellas.

Finalmente la tercera “ola”, según el mismo autor, abarca el lapso de 1945 a la actualidad. En él se desarrolla un orden mundial que controla la economía y el comercio, y nacen las empresas transnacionales que, a través de estudios de mercadeo, analizan dónde y con qué productos establecerse. A través del libre movimiento de productos y marcas –las cuales al ser patentadas son las mismas para todo el mundo- la globalización, patrocinada e impulsada por las transnacionales, crea una cultura global que resulta de la imposición de valores que se identifican y promocionan como universales o, cuando menos, “globales”.

En el contexto de estos procesos la apertura comercial y económica del mercado alimenticio, señala las diferentes etapas y obstáculos que los productores deben superar para llegar a la mesa del individuo o su familia y desarrollar un determinado hábito de consumo. Resultan aleccionadores procesos paradigmáticos: el de la cadena McDonald’s, el del tomate de árbol ecuatoriano y el de los Ceviches de la Rumiñahui. McDonald’s, fundada en 1948 había vendido 100 millones de hamburguesas diez años más tarde en el

mercado de EEUU, momento en el que decide patentar la franquicia y desarrollar procesos para la producción de sus propios ingredientes; este hecho, junto con la imagen de calidad, cantidad y preferencia en el mercado norteamericano, le permitió evolucionar como empresa transnacional, ampliando su mercado con sentido geográfico global y, posteriormente incrementar su oferta a diversos comestibles (como papas fritas y nuggets) para acoplarse a la demanda mundial y terminar por incorporarse a una propuesta de “dieta mundial” (www.mcdonalds.com). Por otro lado, y haciendo referencia a la industria ecuatoriana, se puede estudiar la evolución del mercado de tomate de árbol ecuatoriano como paradigma antagónico: a pesar de su demanda internacional entre 1998 y 2000 las exportaciones cayeron en forma significativa y, aún más, la importación de fruta colombiana al país se incrementó hasta un volumen mayor en cinco veces la producción nacional (Maldonado, Pauta, Romero, Muñoz; 2009). En este caso los procesos productivos y de mercadeo no permitieron, a esas fechas, la expansión del mercado de tomate de árbol ni la incorporación a un modelo de alimentación más allá de la localidad. Una evolución diferente ha tenido la franquicia de Los Ceviches de la Rumiñahui, en proceso de expansión en Colombia, y con moderado éxito en la introducción del consumo de su producto en la dieta de los habitantes de algunas ciudades colombianas (Mélendez, 2012).

En el proceso de globalización actual se han incrementado las expectativas de consumo, a pesar de que éstas varíen entre regiones o clases sociales. El consumo alimentario global hace referencia también a la multitud de procesos que se realizan en todas las regiones del mundo y en cualquier empresa alimentaria. Con el exceso de información existente sobre nutrición, las variaciones en el consumo alimentario, y la cada vez más extensa oferta de tipos de comida, se ha generado la idea de que el comer es decisión personal, ocultando el hecho de que son las grandes transnacionales las que poseen la capacidad y el control de los mecanismos para establecer reglas y pautas derivadas del dominio sobre las tecnologías productivas, de mercadeo y de psicología social. El individuo pasa a constituir una unidad económica de la que se espera la maximización de beneficios al ingerir un producto alimenticio. Para lograr ese propósito económico-comercial, la empresa pone a disposición del consumidor más información y desarrolla

mayor número de alternativas posibles de elección, para que se ajusten a su ingreso, gustos, nivel educativo, ubicación geográfica y variables demográficas.

Cuando se habla de consumo alimentario global es necesario enfatizar tres factores esenciales para su existencia:

- Amplia disponibilidad de materias primas alimentarias en el mundo,
- Extensión del campo del comercio alimentario, y
- Presencia de “nuevos alimentos” –realmente nuevas formas de preparaciones alimenticias- cuya difusión es respaldada e impulsada por campañas de mercadeo.

Estas circunstancias –y otras que analizaremos- permitirían la implantación de una “dieta mundial”. El desarrollo de tecnologías agrícolas, con la posibilidad de producir materias primas en ecosistemas diferentes a los de origen por alteración inducida de las condiciones de suelo o clima, o por la modificación de las características genéticas de los productos, concluye en una disponibilidad casi universal de una variedad de productos utilizados como materias primas en la elaboración de alimentos. Por otra parte se considera que el comercio de alimentos es uno de los sectores más abiertos y de mayor aceptación universal, es decir, cada vez la población mundial acepta con mayor facilidad el consumo de productos no nativos y extranjeros. Es importante señalar que el mercado agroalimentario mundial no es un mercado bajo control de las pequeñas o medianas empresas o países poco desarrollados, sino de las grandes empresas de la agroindustria y de los países en las que se ubican sus principales sedes de capital. Otro de los puntos de origen y evolución de un consumo alimentario global es la presencia de los considerados “nuevos alimentos” cuya difusión, respaldada por fuertes y direccionadas campañas de publicidad, es una de las estrategias de crecimiento y expansión de las grandes marcas mundiales de alimentación.

1.1.2. Globalización y “dieta mundial”.

En la conceptualización de una “dieta mundial” las primeras palabras que surgen son las de “Fast Food”, “Cocalización” o “McDonalización”. Estas tesis sugieren que la comida rápida se ha apoderado de los lugares colectivos de alimentación (restaurantes y otros) y de las diferentes prácticas culturales, homogenizando y generando el consumo de las mismas gaseosas o hamburguesas en todo el mundo, por la participación de las transnacionales y los procesos de comercialización de los alimentos. Desde esta perspectiva todos los individuos del mundo son vistos como consumidores o potenciales consumidores, ello implica la adaptación de nuevos roles donde el consumidor es el cliente y el sistema alimentario es el mercado global.

Por otra parte, el “Fast food” -al ser un conjunto de mercancías con elevada demanda- tiene precios menores y con ello su consumo podría resultar más práctico para el comprador que cubre sus necesidades biológicas de alimentación a precios bajos y competitivos y obtiene además mayor disponibilidad de un tiempo cada vez más escaso. Raj Patel en su libro “Stuffed and Starved. From farm to fork, the hidden Battle for the World food system” (2008), afirma que el espacio físico en el cual se puede encontrar la mayoría de la variedad de la producción alimentaria global -sin desplazamiento del potencial consumidor- es el supermercado. Supermercados que además tienen la capacidad de negociar precios bajos con los proveedores y los transportes, ofertando entonces al cliente un teórico valor añadido de ahorro del diálogo entre costo y precio, oferta y demanda. La “supermercadización” asimismo contribuye a la idea de libertad que brinda la globalización: es el consumidor o cliente el que tiene la libertad de escoger por sí mismo el producto deseado, estrategia y creencia que -según Patel- estimula un mayor consumo. De igual forma, para este autor, el supermercado es el ambiente físico de un sistema de mercadeo cuyo funcionamiento obedece a una planificación estratégica que busca generar la mayor cantidad de consumo.

En el proceso de difusión y expansión del consumo alimentario global es básica la promoción del supuesto alto nivel tecnológico que en referencia a la calidad, higiene, inocuidad y perdurabilidad poseen estos “nuevos productos”, características que se

promocionan como resultantes de los severos controles que deben superar esos productos para ser comercializados. Sin embargo, en la actualidad y desde criterios técnicos, estos “nuevos productos” están siendo cuestionados por la sociedad. La evidencia sugiere que, a largo plazo, asegurar la posibilidad de encontrar en cualquier país del mundo los mismos productos durante todo el año conlleva la pérdida de su naturalidad, la posible necesidad de su tratamiento con elementos químicos para mejorar su aspecto y perdurabilidad durante viajes de miles de kilómetros, y el desarrollo de formas transgénicas de algunos de ellos, con resultados sobre la especie humana desconocidos hasta ahora.

El supuesto promocional de que la globalización alimentaria determina un patrón de alimentación más saludable, en cuanto asegura el acceso a los alimentos y a un manejo higiénico más adecuado, enfrenta la realidad de riesgo alimentario identificado con modificación de la naturaleza de los alimentos o con una promoción sesgada de esos productos en la que se ocultan las características negativas de los comestibles ofertados. La identificación de estos riesgos es el motivo del boom de los productos orgánicos en el momento actual, que se perciben asociados con la obtención de mejores niveles de salud, amenazada por la percepción social de riesgo alimentario derivado de los procesos de pérdida de la naturalidad, tratamiento químico o uso de transgénicos. Por otra parte, y haciendo referencia al debate planteado entre globalización y localidad, los productos orgánicos son productos en su mayoría de obtención local, es decir que son elementos producidos al menos en el mismo país, que por ello conservan sus periodos naturales de cosecha y consumo, y permiten la persistencia de la tradición agrícola y alimentaria. Es de esta manera que en este agresivo ciclo de la globalización los productos locales recobran vigencia en algunos aspectos.

Aunque se entienda como una repetición, otra de las características que se asocia con la globalización alimentaria en la última etapa del proceso es el supuesto de que “al ser global debe asegurar una alimentación globalizada”, es decir que obtendría que todas las personas “tengan la capacidad física, social, y económica para alimentarse con los suficientes, seguros y nutritivos alimentos para tener una vida sana” (www.fao.org). Éste es un concepto de seguridad alimentaria. Sin embargo, el supuesto es falso. Mientras las grandes cadenas transnacionales de alimentos crecen cada vez más, es mayor la bipolaridad

y contradicción entre gente que come más de lo necesario y aquellos que, al contrario, mueren de hambre. Raj Patel (2008) señala que en el momento actual, cuando se producen más alimentos que nunca antes en la historia de la humanidad, una persona de cada diez padece hambre.

Esa realidad y sus posibles soluciones determinan uno de los debates principales entre la ONU y la OMC. La ONU defiende el derecho humano a la alimentación adecuada desarrollando sistemas nacionales de alimentación mediante la inversión en agricultura y en pequeños agricultores nacionales, propuesta con evidentes limitaciones en la OMC. La OMC sostiene que los gobiernos deben desarrollar políticas de seguridad alimentaria sin dejar de lado sus obligaciones internacionales, e invalida la limitación del comercio internacional como método para la obtención de objetivos nacionales de seguridad alimentaria. Existe sin embargo acuerdo entre la propuesta OMC y la mayoría de los expertos de la ONU sobre el papel del comercio internacional como parte de las soluciones para lograr la seguridad alimentaria. Este debate entre las dos organizaciones mundiales plantea, desde otra perspectiva, la controversia entre lo local y lo global. Se enfatizan en dos aspectos: la influencia de las empresas transnacionales alimentarias que continúan agrandando su poder al mantener precios bajos a costa de una alimentación desequilibrada pero barata, en un proceso que incrementa la desigualdad social; y la necesidad de poder y ganancia de los Estados, que no dejan de exportar sus alimentos por brindar seguridad alimentaria a sus pobres, en un proceso que, como el de las transnacionales, aumenta la inequidad social.

En el momento actual no se debe afirmar si en el debate planteado entre globalización o localidad existe algún triunfador, ya que tampoco es del todo correcto emitir juicios de valor ante estos dos términos. Sin embargo es necesario explicar que, en un mundo que se caracteriza por la multiplicidad de opciones, no ha sido necesario renunciar a ninguna de ellas ya que se han fusionado. El teórico principal de esta idea es Roland Robertson (1993). Él afirma que del constante debate entre globalización y localización, nace la “glocalización” como concepto que tiende a asociar la globalización como superación de lo local, y la localidad con el nacionalismo radical. Robertson sugiere que estas dos afirmaciones, al abandonar sus primitivos puntos de origen, permiten el

nacimiento y desarrollo del nuevo concepto de glocalización. El teórico considera que no se debe olvidar que el sentido de lo local nació a partir del reconocimiento de lo translocal, es decir, según Robertson, los conceptos de etnicidad o nacionalidad (local) fueron generados a partir de la teoría de la globalización como valor contrapuesto. La idea de glocalización nació en Japón alrededor de los años 80 (Robertson, 1993), como propuesta de adaptación de técnicas agrarias presentes en las condiciones locales para cubrir la demanda del negocio internacional. Así, en términos comerciales, la glocalización hace referencia a la adaptación de bienes y servicios globales hacia mercados locales, se puede afirmar entonces que con la glocalización se desarrolla la diversidad local en la negociación global.

Desde otra visión, y a criterio de Alicia Langreo (2005), dentro del sistema alimentario global y a consecuencia de la mezcla continua de los procesos de la globalización, de los altos niveles de tecnología alimentaria, del valor sentimental de lo local y de su identificación con “lo sano”, ha surgido la “glocalización”. Ésta se resumiría, de acuerdo a la autora, en la confrontación entre lo local, que resiste con calidad, y lo global que, en general, implica precios más bajos y comercialización mundial de productos alimentarios. Por otro lado es necesario recalcar que la glocalización, haciendo referencia a los alimentos, también consiste en la capacidad de la adaptación de productos específicos de una región a la preparación culinaria de un plato específico mundial, sería entonces la adecuación de la materia prima propia de una región específica como ingrediente para la preparación de un plato global (la incorporación de maíz, en forma de choclo como ingrediente de pizzas, por ejemplo). La misma autora afirma que la fusión entre globalidad y localidad en el consumo alimentario es posible gracias a los movimientos migratorios de personas, que elaboran preparaciones nativas de su lugar de origen con la materia prima disponible en la región o país de acogida.

Es así como se puede afirmar que con los procesos de globalización la alimentación no ha eliminado su fuerza de identidad, a pesar de ser una cambiante práctica social, y que el consumo alimentario mantiene su localidad, aunque se haya visto alterado por los procesos de la globalización.

1.2. Factores y actores en las tendencias del consumo alimentario.

La última mitad de la década se ha caracterizado por mantener un sistema capitalista transnacional y de especialización de trabajo por regiones o zonas del mundo (áreas de industrialización de productos de alta tecnología, de consumo, de materias primas), además de procesos de macro industrialización, sobre todo de los países desarrollados, que ocasionan alteraciones climáticas y geográficas en todo el orbe, como el proceso de calentamiento global o el efecto invernadero. Los hechos determinan que a nivel de las grandes ciudades se den, además de cambios físicos, también cambios en la disponibilidad de alimentos y en sus formas de preparación, la mayoría de ellos relacionados con el desarrollo de las nuevas relaciones económicas internacionales y las relaciones de producción y trabajo en las sociedades locales. Igualmente, junto con el desarrollo de la globalización, los conceptos sociales de libertad de elección y prestigio social determinan nuevas formas de alimentación.

1.2.1. Determinantes de los hábitos alimenticios.

El sistema de conductas socialmente adquiridas en relación con la alimentación, que son puestas en práctica por los individuos pertenecientes a un contexto social específico, construyen los hábitos alimenticios. En los seres humanos, como seres sociales, los hábitos alimenticios se forman casi desde el nacimiento, ya que estas conductas son aprendidas y aprehendidas de los hábitos de las personas que rodean al niño. La influencia de los padres en los hábitos alimenticios disminuye al mismo tiempo que se da el proceso de crecimiento y desarrollo de la autonomía del infante, momento en el que intervienen diversos factores que los determinan, como la influencia de otras personas a su alrededor, la de los medios de comunicación a los que tenga acceso y las modas que imperen en su medio.

Los hábitos alimenticios, en forma generalizada, encierran tres prácticas: la primera es la forma en la que se nutre la persona, relacionada mayoritariamente con los recursos locales; la segunda, son los productos consumidos, que se corresponde con las formas de

comercialización -con el exterior o no-; y la tercera, es la manera de cocinarlos, conectada con las prácticas culturales del contexto socioeconómico (Huber, 2002).

Los factores identificados como determinantes de los hábitos alimenticios giran alrededor de cuatro preguntas: ¿qué, cómo, cuándo y por qué se come? Esos factores que determinan los hábitos alimentarios y que responden a estas preguntas son: determinantes fisiológicos y psicológicos, económicos, ecológicos, culturales, y los relacionados con la urbanización e industrialización. A continuación se procederá a mencionar y explicar cada uno de estos determinantes para la formación de los hábitos alimenticios.

La alimentación y los hábitos referidos a ella son elementos que permiten la construcción fisiológica del individuo, pero también las capacidades biológicas determinan la posibilidad de asimilación nutricional de los alimentos. Podría aceptarse así, en una primera instancia, que la fisiología determinaría los hábitos alimenticios que permiten la supervivencia del individuo y de la especie. Sin embargo el ser humano adquiere patrones de conducta en los que, a los determinantes fisiológicos se añaden aquellos dependientes de factores psicológicos. El desarrollo de los hábitos alimenticios en el ser humano entonces es motivado por diferentes estímulos referidos a su ser biológico. Éstos, algunos instintivos y otros conscientes, rigen la selección alimentaria: algunas respuestas a lo ingerido determinan la sensación de bienestar físico mientras otras no, y esas respuestas pueden variar conforme se modifica la situación fisiológica personal dependiente, por ejemplo, de la edad. Por otra parte, la información y el conocimiento pueden inducir la elección de los tipos y cantidad apropiada de los alimentos en concordancia con la situación específica del individuo y ciertas experiencias sensoriales y el contexto en el que se produjeron, y pueden provocar la sensación de gusto a ciertos productos y su preferencia, y la repulsión a otros.

Haciendo referencia a Guerrero y Luengo (2005), bajo esta construcción individual de los hábitos alimenticios, los cambios a los que podrían someterse por cualquier factor repercutirán de forma impactante en el individuo. Resaltando el valor que tienen los factores psicológicos en los procesos de modificación de las creencias y patrones de alimentación: los cambios afectivos se ven reflejados en las conductas alimentarias de los

individuos y, en un mecanismo de retroalimentación, los cambios en los patrones alimenticios se reflejan en los procesos afectivos. De igual forma un factor que podría afectar la psiquis del individuo y con ello su comportamiento alimentario, es la religión que practica un individuo, una vez que algunas creencias, al imponer restricciones alrededor del consumo de cierto tipo de alimentos, han privado a través de los siglos a algunos pueblos de alimentos considerados tabúes, dando lugar a diferencias nutricionales generalizadas y aún ciertos comportamientos biológicos epigenéticos (es decir cambios heredables determinados por situaciones medio ambientales) en la respuesta a productos alimentarios. Por otra parte, en muchas regiones las festividades religiosas contribuyen de modo importante a compensar o cambiar los hábitos de alimentación en forma temporal o cíclica.

En el momento siguiente de consideración de los determinantes en los hábitos alimenticios, es necesario señalar que los elementos culturales definen la superestructura ideológica de una sociedad y, como tales, matizan diversas expresiones del comportamiento social e individual, incluidos los patrones de alimentación. Los hábitos alimenticios son un aspecto arraigado en las culturas, por su carácter hereditario transmitido de generación en generación y por su capacidad de reproducción de la sociedad. El desarrollo del gusto o el rechazo por los alimentos, y de los hábitos de su consumo, se rigen bajo la actitud psicosocial familiar. Dentro de una sociedad se pueden interrelacionar varios elementos que afectan de una manera u otra su formación cultural, tales son la religión, el modo productivo, la clase social, el nivel educativo, y los mitos y creencias presentes en ella.

Uno de los factores culturales que más orientan los hábitos alimentarios es la tradición (Gonzales 2008), la cual básicamente se construye desde las experiencias que ha tenido una sociedad y cuyos efectos -beneficiosos o no para esa sociedad- se transmiten entre generaciones; sin embargo, la cultura adoptada por la clase social dominante ha sido, en la mayoría de veces, determinante en el comportamiento del resto de la sociedad, al asociar en forma general estos modelos de alimentación con el prestigio familiar o individual y considerarlos procedimientos para marcar, mantener o desarrollar el status social. Otro de los factores que determinan los hábitos alimentarios según la cultura lo

constituye la aceptación de determinadas prácticas positivas como los rituales, o negativas como los tabúes (Contreras, 2005); por los que ciertas creencias limitan el uso de alimentos considerados prohibidos para el individuo o para la situación particular que atraviesa en un momento determinado (por ejemplo, y para la creencia popular de la sierra centro del país, el consumo de alimentos “inconosos” como la carne de cerdo en períodos post-quirúrgicos). Por otra parte el nivel educativo influye en las prácticas alimentarias dentro de lo cultural: se ha observado que esas prácticas varían, en algunas regiones, según el grado de escolaridad –y de educación nutricional- de las personas y familias. La escolaridad y su resultado final de variación de las formas de trabajo, modifican no solo los productos utilizados como alimentos sino también el horario de las comidas, los métodos de preparación, almacenamiento y el acceso a ellos. La consideración sistemática de estos puntos concluye en la afirmación que los factores culturales pueden ser determinantes de los hábitos alimenticios y que estos factores pueden ser influenciados por la educación, la religión, la ideología y las creencias del individuo.

El entorno ecológico, referido a la ubicación geográfica de sociedades específicas es, evidentemente, otro de los determinantes de los hábitos alimenticios. Los individuos que conforman las sociedades viven de los alimentos que producen, su variedad y cantidad varía según la calidad de sus tierras, el clima, el suministro de agua y su ubicación geográfica, estas variables determinan la presencia de unas especies y la ausencia de otras. Así la influencia del entorno ecológico define los productos a ser consumidos en un área determinada, sobretodo en etapas tempranas de evolución social y, en sociedades modernas, en grupos que mantienen cierto grado de aislamiento. Es necesario en este punto señalar un hecho: en sociedades de elevado desarrollo tecnológico e industrial los cambios de estación, que en un principio producían modificaciones en la dieta en etapas previas de desarrollo, han desaparecido como elementos modificadores de los hábitos alimenticios.

En la actualidad el hábitat ecológico conserva su importancia en la definición de los hábitos alimenticios al establecer la mayor o menor cantidad de espacio fértil y la capacidad productiva de elementos –nativos o no- que se podrían utilizar como alimentos en la sociedad que ocupa ese entorno. Este razonamiento justifica que en el momento actual, a través de campañas de diverso tono, se trate de generar conocimiento para la

conservación y manejo sustentable de los ecosistemas vinculados con el desarrollo regional. Por otra parte, la ubicación geográfica de una sociedad y la geopolítica derivada de ella, delimita la posibilidad de esa sociedad de incorporarse o no a flujos comerciales y con ello de acceso a productos propios de otros ecosistemas. Esa accesibilidad determinará también los hábitos alimenticios de la población presente en el entorno geográfico específico.

A más de los determinantes psicológicos, ecológicos y culturales se identifica, como determinante mayor de los hábitos de alimentación en la sociedad moderna, el componente económico. Cuando se hace referencia al mismo se lo debe observar como reflejo de la realidad de la sociedad, en cuya estructura económica se deben analizar las fuerzas productivas junto con las relaciones de producción (Lambert, Bobbin, Frewer 2003). Estos dos factores (fuerzas productivas y relaciones de producción) influyen en la forma y utilización de la tierra y en el flujo de comercio. Además las fuerzas productivas y relaciones de producción corresponden a las relaciones de trabajo de los miembros de la sociedad, y están ligadas al costo y precio de los alimentos y con ello a la posibilidad de adquirir y consumir ciertos productos. En este aspecto se puede ligar esta idea con los determinantes sociales, es decir, si un alimento es consumido por la clase dominante de una sociedad las otras clases desearán consumir el mismo (como forma de acceder a una identidad de clase superior), pero por las limitaciones económicas no lo podrán lograr y buscarán sucedáneos del alimento. El trabajo, de esta manera, influye en el ingreso económico familiar y la posibilidad de consumir variedades específicas de alimentos. Consumir cierto tipo de productos puede, como ya lo habíamos comentado, representar entonces la adquisición de un nivel de prestigio superior.

La posible disponibilidad o escasez de alimentos es otro de los elementos a considerar en el determinante económico que comentamos: un Estado con nivel económico solvente podrá asegurar el acceso a los productos alimentarios cuando estos sean escasos, de igual forma que grupos sociales de nivel económico superior conservarán, en esas circunstancias de escasez, la posibilidad de negociar –a costos mayores- el acceso a esos productos exiguos, sin necesidad de cambiar sus hábitos alimenticios, de otro modo modificados. También el modo productivo, entendiéndolo desde los factores previamente

analizados, define la accesibilidad a los alimentos, ya que son la utilización de la tierra, las políticas estatales, las relaciones de producción (todos ellos factores del determinante económico), las que controlan la disponibilidad de los productos alimenticios. Un determinado tipo de conducta alimenticia puede utilizarse también como elemento integrador de diversos procesos económicos interpersonales (las “comidas de negocios” o el “agrado campesino”). Como se puede observar, los determinantes económicos están interrelacionados con los determinantes culturales, psicológicos y ecológicos, ya que las modificaciones introducidas por el determinante económico por el hombre cambian y orientan la estructura social, y la forma de producción, y estas a su vez tienen la capacidad de alterar el entorno ecológico.

Previamente, cuando se hizo referencia a los factores que determinaban los hábitos alimenticios, se identificaron los determinantes ecológicos y culturales entre otros factores que los modifican y establecen, y se postergó el análisis de la urbanización o industrialización de la sociedad como factores prioritarios –relacionados con los cambios en los modos de producción y en la estructura social- en el estudio de los hábitos alimenticios. Se debe aceptar como premisa general que en tiempos contemporáneos los habitantes de las áreas urbanas poseen mayor posibilidad de elección de alimentos que los pobladores de áreas rurales, esta amplitud de elección en las zonas urbanas se debe a su inserción en la industria y el comercio. Esta opción de selección de productos y precios obedece además a un factor económico en las zonas urbanas, en las que un porcentaje importante de pobladores posee un ingreso económico mayor frente al obtenido en las áreas rurales, lo que determina que proporciones importantes de los habitantes de las primeras posean una estabilidad económica que les permite la elección y la modificación del consumo alimentario.

El factor laboral dentro de una sociedad industrializada, sobre todo urbana, repercute en la disposición y uso del factor tiempo de los individuos: el poseer mayor o menor cantidad de este factor determinará el lapso que puede destinar un individuo a la comida, a su preparación y consumo, induciendo formas más estructuradas y lentas o más simples y rápidas en el cumplimiento de esos procesos. Como ya se ha señalado, los cambios de estación, que en un principio producían modificaciones en la dieta, han dejado

de actuar como variables en la determinación de hábitos alimenticios sobre todo en medios urbanos, en los que es notable la presencia de procesos de industrialización y tecnológicos que aseguran la disponibilidad alimentaria en tiempos y lugares diferentes a los originales. Mientras que en una zona rural, al no disponer de los apoyos indicados, la accesibilidad a una variedad de alimentos foráneos es limitada pero es mayor el control directo de la tierra y de sus productos –algunos de los cuales no alcanzan el grado de productividad por el que podrían proveer a potenciales consumidores urbanos, como la mashua en la Sierra Norte-control que define, de manera simplista, lo que se consume en el área rural de producción.

1.2.2. Actores que forman los hábitos alimenticios

Se analizaron ya los factores más influyentes dentro de los hábitos alimenticios de las personas, en un esfuerzo por demostrar que en esos hábitos son muchos los elementos y condiciones que impulsan al individuo a consumir o sentir un grado de preferencia hacia ciertos productos. Pero además de estos factores existen actores que modifican o crean los hábitos alimenticios de las sociedades modernas. Los patrones de conducta alimentaria han sido tradicionalmente uno de los factores más estables en la vida social del hombre (Gavira, 2008), sin embargo, actualmente, junto con la modernidad las sociedades, estos hábitos están sufriendo importantes cambios, al igual que las estructuras sociales.

a. Comercio internacional y desarrollo tecnológico.

Hace algunos años se pensaba que el desempeño económico y comercial de las naciones estaba determinado por su capacidad de mano de obra, recursos naturales y capital, mientras que en la actualidad el concepto prioritario es el de competitividad, la cual se apoya en la capacidad de las empresas para la creación -y posiblemente difusión- de nuevos productos, dicha innovación repercute dentro de la economía mundial gracias a los avances tecnológicos y a las políticas públicas de negociación. Los hábitos de alimentación, como elementos presentes en las conductas de las sociedades y sus integrantes, también serán influenciados por esos factores, por la presencia o no de tratados de comercio internacional que involucren a los alimentos, o por la existencia de políticas

de protección, así como por la facilidad de difusión de creencias y conocimientos importados.

Con la globalización a los alimentos se les ha añadido aditivos –muchos de ellos productos artificiales- o bien se han modificado sus características genéticas para su mejor conservación y presentación estética, motivo por el que se reconoce como uno de los actores en el proceso de alimentación de la vida moderna, a los productos transgénicos. La presencia de estos nuevos elementos en la composición y estructura de los alimentos podría modificar la fisiología y las conductas dentro de las prácticas de la alimentación.

De manera general se puede afirmar que el sistema de alimentación integra varios procesos, entre ellos: primario, industrial, externo, transporte, almacenamiento y consumo, como consecuencia el comercio global de productos considerados alimentos podría acabar por afectar a comercializadores y consumidores (Quintero, M. 2004). A esta lógica se puede incorporar la visión del mundo como el espacio natural del comercio de alimentos, en el que las transnacionales cumplen el rol de comerciante y la persona global el de consumidor. Junto con la globalización se han extendido también, entre otros, los conceptos ideológicos de libertad y soberanía. En ese contexto “libertad” se entiende como libertad del comercio de alimentos que permite la expansión de la globalización representada por las transnacionales. Esta reflexión inicial obliga a considerar el desarrollo de las grandes corporaciones que manejan el negocio de la alimentación como uno de los elementos de construcción y consolidación de un “sistema alimentario mundial”. A nivel global existe evidencia que indica que el crecimiento del consumo alimentario de ciertos productos se debe a la expansión de las empresas transnacionales, al surgimiento de los sistemas internacionales de producción integrada, a la reducción de los costos de transporte y de las barreras al comercio, a la expansión de marcas diferentes de los mismos productos entre países con niveles de ingresos similares, y a la generación de flujos de productos intermedios y de servicios como parte de una profundización de la división internacional del trabajo. Se identifica así a las transnacionales del negocio de la cadena de consumo de alimentos como uno de los actores principales en la definición de los hábitos de alimentación. Raj Patel (2008) afirma que solo cuatro transnacionales controlan el 80% del mercado de alimentos, razón por la que el control del consumo alimentario ha dejado de

ser parte de las decisiones tomadas en un determinado territorio o en una cultura particular, para transformarse en elemento dependiente de las grandes trasnacionales.

Los hábitos alimenticios dentro del proceso de mundialización obedecerían, desde el enfoque de Contreras (2005), a causas analizables desde dos perspectivas (señaladas previamente de alguna forma): la primera, de factores de consumo, es decir clase social, género o edad; y la segunda dependiente de su rol económico, en donde no se identifican las conductas como hábitos alimenticios sino únicamente como artículos de intercambio dentro de la industrialización y comercialización de productos, como resultado de lo cual esas conductas sufren transformaciones constantes y rápidas al estar marcadas por las exigencias de los ciclos económicos de las trasnacionales. Además de estos determinantes, se identifica como actor principal al supermercado y a las facilidades de venta y aproximación de los productos deseados por el cliente.

b. Macdonalización y globalidad.

La cultura alimentaria adoptada por las sociedades en el momento actual va ligada al imaginario y actuar común de grandes trasnacionales como Mc Donalds o Coca-Cola, e implica un comportamiento social frente a los alimentos importados desde un país desarrollado en el cual el prestigio de un alimento, establecido a través de los procesos de globalización y de sus estrategias de comercialización, determina o no el consumo de tal producto. El prestigio previamente mencionado del alimento seleccionado pocas veces va unido con el valor nutricional del mismo, sino que se relaciona con la dificultad de adquisición o acceso al producto, o bien con la imagen de la sociedad que importa el producto o de aquella que lo exporta (Freeman, 2007). Así la comida rápida o “fast food” es un sistema de alimentación que explicita los cambios del concepto de alimentación tradicional en función de cierto tipo de presentación de comidas estandarizadas que no son consideradas locales, pero que terminan por ser propias de las características de la vida urbana.

Porcentajes cada vez mayores de la población del mundo tienden a alimentarse en establecimientos de venta de “fast food” o, en su defecto, consumir en casa productos

precocinados. Según Freeman la facilidad actual de acceso a los alimentos “fast food” dentro de las sociedades contemporáneas induce la universalización de ciertos alimentos con un uso y formas de preparación también universal. La forma de preparación de alimentos y platos locales en las sociedades contemporáneas tiende a ser alterada casi hasta su extinción, o a niveles de bajo o incluso nulo consumo. Este cambio en las formas de preparación y consumo de alimentos globales se da de manera uniforme en diferentes y distantes áreas geográficas, y en diversas clases sociales económicas –sobre todo urbanas– tanto de países del tercer, segundo y primer mundo, todos ellos integrados al proceso unificador socioeconómico y en consecuencia a los procesos de formación de una cultura global. Bajo este argumento se puede afirmar que todas las poblaciones, aún aquellas conceptual y supuestamente poco integradas a los procesos globalizadores, han demostrado modificaciones en sus hábitos alimenticios concordantes con dicho proceso.

Con la globalización las transnacionales, a través del libre movimiento de los mismos productos y marcas para todo el mundo y de campañas de mercadeo adaptadas a las realidades locales pero de similar contenido ideológico, crean una cultura común, es decir originan y promueven el consumo de productos alimenticios de distribución universal. Este fenómeno se puede identificar como una “cultura alimentaria global” que obedece a valores que tienen el mismo significado y extensión, y que han sido creados por marcas de difusión mundial. Así los grandes monopolios son los encargados de decidir que va a consumir el mundo, en qué momento y a qué precios. Para Huber (2002) dentro del término de “mcdonalización” (Ritzer, 1983) las diferencias culturales son aspectos secundarios, ya que son las grandes empresas transnacionales las creadoras de los nuevos patrones culturales globales, híbridos y a la vez heterogéneos. El mismo autor afirma que a pesar de estas contradicciones entre estandarización e identidad cultural, los flujos culturales transnacionales se acomodan a situaciones locales para homogenizar el proceso de integración global. Giddens (1993. p. 68) sugiere que en la actualidad las culturas no están ligadas a un territorio fijo y se “ven sustituidas por las conexiones a través del tiempo y espacio”, en donde gobierna la rapidez en los ámbitos de interacción e intercambio económico y cultural, es decir se desterritorializan y con ello Giddens refuerza el criterio de que la globalización tiende a homogenizar. Este hecho hace que se encuentren

elementos culturales similares en diferentes localizaciones y modelos sociales, provocando una estandarización de bienes culturales.

c. Localidad y cultura local.

Otro de los factores principales que determina los hábitos alimenticios, es la localidad. Como ya se ha señalado, la cultura, al ser el conjunto de prácticas realizadas en un territorio determinado por un grupo social específico que comparte las mismas pautas de conducta y significado en una sociedad establecida, convierte al consumo alimentario en parte de estas prácticas y por tanto en parte de la cultura de esa sociedad, por este motivo la cultura -como reflejo de la identidad de un grupo social- también forja los hábitos alimentarios. Incluso existen algunos teóricos que afirman que para conocer la identidad cultural de una sociedad es necesario conocer el tipo de alimentación que ésta posee (Rebato, 2009).

Rebato, ya citada, afirma que la identidad alimentaria delimita la pertenencia culinaria a un territorio determinado. Las formas de alimentarse, los productos que se consumen y la manera de cocinarlos se relacionan, como ya se ha sugerido, con los recursos locales, con los determinantes fisiológicos y psicológicos, con la situación individual, con las relaciones sociales, y con determinantes ecológicos y económicos. Según la misma autora, bajo estos indicadores, la alimentación puede ser clasificada como marcador étnico y como un elemento de identidad, además afirma que los diferentes usos de los alimentos están codificados bajo los códigos de la cultura, por eso reflejan la identidad alimentaria local y señalan la pertenencia alimentaria a un territorio determinado y, en algunas ocasiones, a ciertos ritos sociales.

Estas propiedades del proceso de alimentación determinan un carácter identitario del mismo, Rebato (2009, p. 139.) afirma que “la cocina es más conservadora que la religión, la lengua o cualquier otro aspecto cultural, ya que hay elementos fundamentales que permanecen resistiendo a las conquistas, a los procesos de migración y colonización, incluso a los efectos de industrialización y urbanización”. Bajo diferentes conceptos podemos observar como los hábitos definen el consumo alimentario de ciertos productos,

consumo que puede variar según el país, el grupo o incluso en modificaciones propias del individuo. Existe una delgada línea de diferencia entre lo que el hombre necesita biológicamente y lo que el hombre quiere o le gusta comer según su cultura.

Aunque en la actualidad el libre comercio y la expansión de ciertas trasnacionales tiendan a generar una homogenización en el aspecto alimentario, es opinión de la misma Rebató que la cocina local tiende a fortalecerse cuando la sociedad está en crisis económica y de identidad, y en esta circunstancia se encontraría, al momento, el comportamiento alimentario de ciertos grupos sociales. Como ya se ha señalado los flujos culturales globales se acomodan a situaciones locales y, después de un análisis previo, a la respuesta nacional a lo global. Un ejemplo claro de esto es la “mcdonalización” (Ritzer, 1986): un estudio concluye que cada tres horas una nueva sede de Mcdonald’s es inaugurada alrededor del mundo, y que la idea social de consumir la misma hamburguesa en todo el orbe era, y probablemente es, la que prevalece (“McDonald's ®”). Pero la empresa internacional tiene que adaptar su oferta a los gustos locales y ofrecer, entre otros, un *Maharaja Mac* en la India, un *McHuevo* en Uruguay, un *McSalmón* en Noruega, una *Burguesa Samurai* en Tailandia y un *Alpenburger*, por supuesto con cerveza, en Alemania” (Huber, 2002, p. 15). Son estas diferencias, señaladas por la autora, las que indican que a pesar de consumir la misma marca del producto la cultura es la que influye en la carga social de lo que significa consumirlas, determinando que los flujos de globalización deban aceptar la carga que define la localidad. No deja de llamar la atención como algunas preparaciones de productos locales o pertenecientes a la cocina tradicional nacional se fusionan con la comida global. El modelo de comida rápida ha transformado el concepto de alimentación tradicional, alterando la concepción de comidas estandarizadas previamente no consideradas como algo local, sin embargo, la fusión de comercio y tecnología –que son elementos característicos del “fast-food”- permite que algunas preparaciones alimenticias tradicionales puedan ser consumidas a gran escala, aún cuando paralelamente se sigan produciendo en un sistema familiar (Ferreira de Almeida, 2004).

De igual forma es interesante observar como algunas de las comidas típicas de los países de América Latina, ciertas de ellas de rápida preparación y de fácil movilidad, tienden a introducirse en el mercado de las franquicias de comida y como dichas

franquicias van aumentando dentro de los diferentes países de la región. Según Meléndez (2012), en la actualidad el país que tienen mayor porcentaje de franquicias nacionales relacionadas con el mercado de comida en porcentaje con el número de marcas existente en el país es: Brasil, seguido de México y Argentina. Esto se debe a la facilidad de inversión y rentabilidad en un mercado de riesgo bajo, una vez que el rendimiento de la inversión ha sido ya probado en el espacio nacional por su volumen de ventas a escalas mayores como “comida típica” (son ejemplos Mr. Arepa, colombiana, Alfajores Balcarcel, argentina, Tacos El Pata, mexicana). Además el negocio de las franquicias de restaurantes o alimentos dentro de América Latina es de los que más han crecido, en el Ecuador a un ritmo del 4% anual, como mercado en constante expansión.

En los últimos diez años los productos catalogados como “orgánicos” o “biológicos” han adquirido prestigio y consumidores alrededor del mundo. Su proceso de comercialización se basa en la inducción de la idea de que la ingesta de alimentos de esas características implica el consumo de un producto saludable, asociando entonces productos orgánicos con salud. Por otra parte estos comestibles suelen ser productos locales, oponentes de los globales, y por lo tanto beneficiarios de las políticas proteccionistas de ciertos Estados, que promueven su consumo en detrimento de los universales (O’Neill, 2009).

1.3. Globalización y patrones alimentarios en América Latina.

1.3.1. Inserción de América Latina dentro de la globalización alimentaria

Con la creación de un sistema financiero internacional basado en el libre movimiento de bienes y servicios, y la facilidad de movilidad de capitales, se acentúa la importancia de la transnacionalización en la economía mundial, produciendo transformaciones en los procesos productivos que influyen de manera directa en el sistema capitalista. La expansión de los mercados induce en los países no desarrollados distintas oportunidades de inclusión en la economía mundial. El crecimiento del comercio

internacional, la dimensión de las transnacionales dentro de tratados bilaterales y multilaterales de integración, junto con los mecanismos de resolución de conflictos dentro de la OMC (Organización Mundial de Comercio), brindan cada vez más complejidad e importancia a los sistemas alimentarios de América Latina. Dentro de este aspecto la subregión fue incorporada al proceso globalizador dentro de la lógica capitalista, aunque en 1980 -por la crisis de la deuda- se produce una ruptura transitoria en este proceso de integración al comercio mundial y al sistema de inversiones extranjeras. Fue en este momento cuando se planteó la idea de creación del ALCA (Área de Libre Comercio para las Américas) que sugería una serie de tratados de libre comercio subregional. Este hecho tuvo repercusiones estructurales en los sistemas alimentarios de Latinoamérica. Una de éstas fue la disminución de la importancia de los productos primarios en el comercio internacional, a favor de los productos elaborados en los países industrializados; y la sustitución de importaciones de productos alimentarios tropicales por materiales genéticos propios de la tecnología de países desarrollados. Segrelles (2001) afirma que la regionalización no excluye a la globalización y que -al contrario- ésta puede ser un proceso incluyente, en el que los acuerdos regionales o multilaterales construyen un camino hacia el libre comercio, que llevaría implícito que los productores menos competitivos sean reemplazados por los de mayor eficiencia. Desde la perspectiva de los consumidores el desarrollo de este proceso podría resultar en la oferta de una mayor variedad de productos alimentarios, potencialmente a menor precio y de mejor calidad.

A partir de 1990 la participación de América Latina en las exportaciones mundiales comenzó a crecer. Es importante señalar que el aumento del dinamismo de exportaciones se relaciona con la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte con México, y que la mayoría de las exportaciones de los países del tercer mundo corresponden a productos agrícolas y minerales. La globalización y la expansión del consumo alimentario se consideran como propias de las sociedades del primer y segundo mundo, dejando de lado al tercero, por su lento desarrollo y, en algunos casos, por la ausencia o falta de asimilación de los avances tecnológicos típicos de la postmodernidad. A pesar de ello es relevante observar los cambios desde la década de los ochenta en América Latina. En su generalidad se ha concebido a la subregión como el lugar físico de encuentro de culturas diversas, en donde cada país trata de alcanzar su propio desarrollo económico. Por estos

motivos parece incoherente encontrar en esos países la relación entre la pobreza y el consumo mayoritario determinado por la globalización. Por otra parte, es en los países de América Latina en donde se encuentra elevados índices de distribución inequitativa de la riqueza (CEPAL, 2012). La teoría de la CEPAL en la relación entre centro y periferia desarrollada durante los años 50 y 60, en los que se da un deterioro estructural de los términos de intercambio a causa de la especialización de la subregión en materias primas, ya no es aplicable para el modelo de comercio actual. En efecto, actualmente se ha demostrado que el precio de las materias primas tiene una tendencia al incremento, mientras que la incursión de grandes productores de manufacturas, como China, está provocando una disminución en el precio de las mismas. (FMI, 2011).

Pero la lógica del consumo dentro de la globalización del primer mundo ha sido la encargada de, a pesar de dicha pobreza o desigualdad, introducir a los países del tercer mundo dentro de este pensamiento trasnacionalista.

Las necesidades son aquellas condiciones que, satisfechas, facilitan el bienestar individual o de una sociedad: la vivienda, la salud, la educación y el consumo alimentario son clasificados como necesidades prioritarias de los seres humanos. Algunos teóricos como Huber (2002) afirman que la insatisfacción de estas necesidades es evidente en el tercer mundo, pero muchas de esas “necesidades” pueden obedecer a creaciones del mercado. Se conoce que el capitalismo es el encargado de crear necesidades artificiales y modificar estas necesidades mediante la ley del consumo (oferta-demanda), por ejemplo: el consumo de la Coca-Cola en el almuerzo familiar de los domingos ha sido implementado como necesidad dentro de los hábitos alimenticios de algunas colectividades de los países de América Latina, en donde, en grandes grupos poblacionales, las necesidades primordiales se encuentran insatisfechas. Detrás de estas manifestaciones se esconde la flexibilidad excesiva del consumidor como cliente del mundo capitalista, por lo que las necesidades actuales deben ser entendidas como demanda, es decir, como una variación de actividades dentro del comercio y no como una necesidad de subsistencia humana. Además no hay que dejar de lado que las necesidades han mutado y que, con los conceptos adoptados por la globalización, ya ninguno parece ser invariable u obligatorio, superando

el concepto de necesidad prioritaria: éstas podrían variar según el valor cultural de su práctica.

Por otra parte algunos teóricos, como Krüggeler (1997), afirman que los consumidores del tercer mundo la mayoría de veces sostienen patrones de consumo del primer mundo, y que muchos de ellos prefieren satisfacer las necesidades artificiales creadas o el lujo superficial de bienes de consumo propios de sociedades occidentales desarrolladas, que su necesidad orgánica de alimentación adecuada. Esta sería una de las motivaciones por las que la cultura de consumo también puede insertarse en los patrones de conducta del Tercer Mundo.

Resumiendo, estos argumentos afirman que la concepción de que el consumo ampliado solo puede desarrollarse después de haberse satisfecho las necesidades básicas o de consumo simple, es un mito. La realidad afirma que con la globalización se ha priorizado a la cultura del consumo, cultura que según Bocoock (citado en Huber 2002, p.97) es aquella "en [la] que la mayoría de los consumidores ávidamente desean (y en algunos casos notables persiguen, adquieren y disponen) bienes y servicios que son valorados por razones no utilitarias, como la búsqueda de status, la provocación de envidia, y la búsqueda de deseos". Por lo tanto, es a partir de la publicidad y del consumo de bienes materiales y simbólicos que se originan las culturas híbridas (entendidas como originadas en formaciones de distinta naturaleza), término que podría definir claramente aquella de las sociedades latinoamericanas. Acorde con lo que se ha explicado con anterioridad la diversidad cultural es el producto de un fenómeno doble: por un lado de las influencias globales y, por otro, de la diferenciación según las prácticas locales.

1.3.2. Alimentación en América Latina

Las cocinas de América Latina reflejan el mestizaje cultural entre indígenas, europeos y africanos, y posiblemente, en la actualidad, también la población de otros orígenes. El consumo alimentario en la región retrata así significados culturales diferentes a los del mundo occidental. En los países latinoamericanos la práctica de comer ha variado

dentro de las zonas urbanas: por ejemplo en ellas ha adquirido prestigio el hecho de “salir a comer” en restaurantes o comedores colectivos –aunque el gasto y lugar de concurrencia sean muy variables-, esta práctica que hasta pocos lustros atrás solo la podían ejercer los grupos económicos de poder, se expandió a una amplia base social con la globalización y el desarrollo del concepto de democratización. Demostración de lo afirmado puede ser la asistencia a los “patios de comidas” de las grandes superficies comerciales. Estos elementos sugieren que en la práctica social alimentaria ejercida en América Latina, se deja de lado el hecho mismo de nutrirse, para ser sustituido por el prestigio que supone alimentarse en un restaurante, con la carga de distinción ante los otros ciudadanos.

La consecuencia más evidente de la globalización en Latinoamérica, en este campo, es que en la actualidad la identidad de los individuos resulta de un proceso de selección personal de prácticas y bienes. Es decir, el individuo elige su identidad, la construye, la acomoda y se deshace de ella cuando las oportunidades se transforman. En América Latina la estructura alimentaria, después de romper las jerarquías de clase y junto a la facilidad de acceso teórico a la comida de todos los ciudadanos, asegura que una gran mayoría de individuos sean capaces de acceder a patrones alimentarios similares, en cuanto a la forma teórica o comercial de preparación de los alimentos, aunque los productos consumidos tengan diferentes calidades y en algunos casos el proceso de elaboración sea más o menos sofisticado.

Dentro del contexto económico de globalización los países de América Latina cada vez más se acercan al patrón universal dentro del sistema de distribución de alimentos, esto obedece, según Machado (2002) a varias causas:

- Presencia en la región de marcas de distribución y comercialización originarias de los países industrializados.
- Crecimiento del número y complejidad de supermercados.
- Disminución de márgenes de comercialización.
- Redefinición de las estrategias comerciales de las grandes cadenas hacia la comida rápida.
- Aparición de la agricultura de contrato entre los agricultores y comerciantes.

Estas causas serán explicadas con mayor detalle a continuación:

a. La presencia en América Latina de las principales marcas distribuidoras de los países industrializados (Mc.Donald's, KFC, Burger King) obedece al establecimiento de acuerdos entre la empresa o la inversión nacional y las trasnacionales –a través del alquiler de patentes o la adquisición de franquicias-, una vez el aparato comercial de alimentos, tanto mayorista como minorista, se está transnacionalizando de manera acelerada, como expresión del proceso de globalización.

b. El crecimiento en número, superficie y complejidad de los supermercados, de manera formal o informal, se está dando en localizaciones geográficas distintas a los clásicos polos de desarrollo, en clara traslación al medio de los modelos dominantes en regiones desarrolladas.

c. La disminución de márgenes de comercialización, obedecería a la presencia de una competitividad mayor entre empresas que buscan fidelizar al consumidor a través de la reducción de costos.

d. Se identifica una redefinición de las estrategias comerciales de las grandes cadenas de alimentación que se orientan hacia la venta de productos “fast food”, con sus características de gasto de tiempo mínimo para su preparación y consumo, accesibilidad y costo bajo, entre otras.

e. Aparece la denominada agricultura de contrato entre productores agrícolas y comerciantes, a fin de garantizar calidad, tiempos de entrega, productos especiales, flujos de productos y condiciones de compra para productos específicos de uso en las transnacionales de la alimentación.

f. El surgimiento y desarrollo de redes de comunicación electrónica (internet) y de utilizarlas en los procesos de intercambio comercial, también ha modificado el

proceso de consumo, ya que las compras por este medio representan un ahorro de tiempo y mayor facilidad de transporte.

Teóricos como Huber (2002) o Palmer (2006) plantean el predominio de ciertos valores en función de la rapidez de preparación y cocción, practicidad, accesibilidad, información y diferenciación del productos, en las tendencias determinantes de la selección de productos de consumo alimentario en los países de Latinoamérica, a más del aumento en el consumo de frutas tropicales y hortalizas frescas en cualquier estación del año – resultado de las transformaciones génicas y de la facilidad de transporte adecuado-; y la sustitución de productos frescos por aquellos preparados.

Según Édouard y Katz (2009), los cambios en la estructura alimentaria de América Latina además de haber sido causados por los procesos de la globalización, se deben a la intensa movilidad migratoria, lo que ocasiona la “deslocalización de los alimentos”. Desde este punto de vista, los ciudadanos que se desplazan hacia localidades geográficamente distantes, en procesos migratorios degenerados por diferentes factores, arrastran consigo algunos de los productos comestibles que se utilizaban en su lugar de origen, induciendo con ello procesos de comercialización –y eventualmente de producción- de ingredientes de lugares y ambientes culturales cada vez más lejanos.

1.3.3. Fast food vs. Comida local en América Latina

Los altos niveles de publicidad y de acogida de los productos globales o de comida rápida en el último tercio del siglo XX, no determinan un efecto homogéneo sobre el patrón de consumo de esta comida en América Latina: los mercados de diferentes estratos sociales demuestran también diversos niveles de preferencia hacia lo natural y hacia productos locales y tradicionales. Según Pensado (2011) el desarrollo de esta preferencia obedecería en gran medida al prestigio y valor suministrado a esos productos por grupos sociales ajenos al país de origen. Inclusive en algunos casos los alimentos industrializados tienden a enfatizar su identidad local con el consumidor.

Durante principios del siglo XIX la comida de Latinoamérica fue fuertemente influenciada por la cultura culinaria francesa, cuando las cocinas europeas aportaron características a sus platos para favorecer y valorizar las particularidades regionales. Fue solo en 1989, en la conferencia de la UNESCO sobre la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial (2003), que Brasil al efectuar un inventario de los bienes culturales inmateriales incluye entre ellos los saberes culinarios y al mismo tiempo que la delegación mexicana solicita la inscripción de su cocina nacional al Patrimonio Inmaterial de la Humanidad, cuando comienza la revalorización de las cocinas latinoamericanas. En este sentido la ONG internacional *Slow Food* (2011) promueve los productos locales y se muestra como opositora al *fast-food* enfrentándolo, ante la expansión global, a productos locales menos conocidos y ligados a la pequeña agricultura familiar.

Para Ferreira (2004) la elección de alimentos globales dentro de las preparaciones locales se debe a la calidad y prestigio que se insinúa daría el uso de cierto producto extranjero a un plato nacional y, por otro lado, afirma que el consumo de un producto o preparación local viene dado solo en algunas situaciones por la práctica de rituales o mitos propios de la localidad.

A pesar de la fusión que se puede encontrar entre localidad y globalidad dentro de la alimentación, no hay que olvidar que las formas ancestrales de elaborar algunos platos locales de la región latinoamericana han caído en el desuso o el olvido y que, en algunos de estos casos, se utilizan las ventajas tecnológicas e industriales de la globalización para obtener resultados similares con procesos actuales. Ejemplos son la preparación de arepas colombianas o el consumo de mote en la Sierra ecuatoriana, para el primer caso el proceso de elaboración contemporáneo ya no precisa de la molienda de maíz, sino la adquisición de la masa del cereal ya molido; en el segundo se adquiere –generalmente en el supermercado- el mote precocido para su incorporación como aderezo en un plato de fritada o su uso en la elaboración de “mote pillo”. Se puede observar entonces como en algunas sociedades y regiones solo en pocos platos de consumo más o menos cotidiano persisten formas de la cocina ancestral, incluso en aquellas preparaciones que por su origen y los productos utilizados deberían ser netamente locales o nativas, aunque en muchas

preparaciones se observan huellas mutantes a la modernidad de esa misma cocina, así lo ejemplifica Fried (1986) en su recetario sobre cocina tradicional ecuatoriana.

Junto con la expansión del comercio alimentario, cada vez más acaparador y unificador en Latinoamérica, se está intentando ejercer políticas económicas de ajuste que controlen la amenaza a las capacidades productivas de las sociedades locales, en este sentido surge el concepto de soberanía alimentaria. León (2012) afirma que se logra esa soberanía cuando la determinación y el abastecimiento de las demandas de alimentos de la población tienen lugar a partir de la producción local, respetando la biodiversidad productiva y la cultural, esta soberanía debe controlar de forma autónoma la producción y comercialización de los alimentos, asegurando la preservación y protección de la localidad. Sin embargo, con los procesos de globalización neoliberal, varios países del continente han acentuado el desarrollo de una agricultura dirigida a la exportación, mientras importan productos básicos para satisfacer las necesidades de alimentación en la población local.

Por otra parte, para proteger los nombres y la calidad de alimentos producidos o elaborados en América Latina, los gobiernos intentan acogerse y desarrollar patentes bajo la forma de “denominación de origen”, como un tipo de indicador geográfico del producto agrícola o alimenticio. De esta manera los productos obtenidos en la región tendrán el respaldo legal ante amenazas y copias ilegales producidas en otras zonas. Ejemplos de esta identificación son: en México el “Tequila” de la zona de Jalisco y la “vainilla de Papantla” producida en Totocana; en Perú el “Pisco” producido de las uvas de Lima, Ica, Moquegua y Tacna; en Chile, el “Pisco chileno” producido y envasado en las Regiones de Atacama y Coquimbo; en Bolivia existen dos denominaciones de origen el “Singani” y la “Quinoa Real” del Altiplano Sur; en Argentina la uva malbec, seguida por el cabernet-sauvignon de la región de Luján de Cuyo, en la provincia de Mendoza. (Ruiz, 2007). De igual forma que se hallan las denominaciones de origen de productos de una región, cada vez con mayor frecuencia se registran restaurantes locales que patentan sus nombres y formas de preparación de comidas, a más de crear franquicias con sus marcas. Por ejemplo, según Meléndez (2012) en Ecuador se observa como “Los Cebiches de la Rumiñahui” se iniciaron como un restaurante en Quito que ofertaba el típico cebiche manabita en un barrio específico de la ciudad, se convirtió luego en un negocio de éxito de expansión en

toda la capital ecuatoriana y en la actualidad en una franquicia nacional que aspira abrir sus puertas en países de la región como Colombia (de hecho existen ya locales en Pasto y Cali).

En la comida latinoamericana -con la fusión entre el proceso de globalización y de localidad- se puede observar, como se dijo previamente, el carácter híbrido de sus preparaciones. Los alimentos que formaban los platos típicos han sido desterritorializados, pero también se observa el proceso contrario, la reterritorialización. Se trata de imponer fronteras y diferencias ante las otras comidas del mundo o, en su defecto, frente a otras culturas, tratando de recuperar la herencia ancestral, que podría interpretarse como identidad. Huber (2002) afirma que entre los países latinoamericanos del sur esta búsqueda de etnicidad y establecimiento de fronteras se ha manifestado sobre todo en Ecuador, Bolivia y Perú, ya que en estos tres países andinos los movimientos étnicos han tenido una participación mucho más fuerte que en décadas anteriores, sobre todo en las decisiones gubernamentales, provocando a nivel nacional movimientos indígenas y ultranacionalistas. Al darse el re-conocimiento de la identidad ancestral de estos países se han vuelto a ejercitar ciertas prácticas propias de estas culturas, entre ellas sus hábitos alimenticios y, si por alguna razón las prácticas alimenticias no son ejercidas o no pueden recuperarse, se procura el consumo de productos locales ante aquellos de otro origen.

Como se mencionó anteriormente, el prestigio dentro de las práctica alimentarias en América Latina tiene un peso específico importante, por este motivo Morón y Schejtman (2007) afirman que en el momento actual, junto con las campañas publicitarias de los gobiernos de los países latinoamericanos para el consumo de los productos locales, se puede observar cómo dentro de la clase media alta de la región es un sinónimo de prestigio consumir productos locales y formas de preparación tradicionales, al menos dentro de la alimentación.

Obviamente el mercado ha respondido rápidamente a estas “nuevas” preferencias alimentarias, algunas de ellas resultantes de procesos de fusión. Un ejemplo claro de esto es la gastronomía peruana, caracterizada ahora por la adaptación de culturas milenarias a la cocina moderna, obtuvo en 2007 su proclamación como patrimonio cultural nacional, y

desde 2011 su nominación a Patrimonio Inmaterial de la Humanidad, convirtiéndola así en símbolo de identidad nacional en el contexto mundial.

Aunque en el momento actual se puede afirmar que la mayoría de países del mundo pueden acceder a cualquier alimento de origen extraterritorial, también se puede aseverar que con la evolución tecnológica cada vez más países pueden producir sus alimentos ya sea para uso nacional o de exportación, pero que en ellos mantienen el prestigio las preparaciones extranjeras y que en los últimos años, ese prestigio lo han adquirido los platos latinos. Según el diario “El Comercio” (2011, art 91921) la comida de la región está ganando espacio dentro del reconocimiento internacional a pasos agigantados y se pretende su reconocimiento a nivel mundial, al igual que la comida italiana o china, como lo señala el que se haya incorporado una preparación a base de quinua en el almuerzo ofrecido con motivo del enlace matrimonial de la Infanta Cristina de España (Anónimo, 1997). El éxito de la comida latina se debe a la utilización de productos locales en sus platos, tales las diferentes variedades de plátanos, yuca, frijoles y papas. Considerando los puntos de globalización y el prestigio que implica algunas prácticas alimentarias dentro de América Latina, se afirma –como se sugirió previamente- que el futuro de la gastronomía de esta región es la fusión entre sus prácticas culturales y los avances tecnológicos y comercializadores de la globalización.

En este sentido, pero en dirección inversa, también se puede observar como algunas de las marcas internacionales de mayor prestigio y trascendencia en el “fast food”, como KFC, adaptan su oferta de comida al carácter de los ecuatorianos añadiendo productos nacionales, que forman parte de la identidad cultural de los ecuatorianos, a su menú. Un ejemplo de ello es la oferta de un “combo” donde se incluye arroz y menestra. Con la inclusión de estos productos y el desarrollo de este tipo de estrategias comerciales la franquicia busca tener mayor aceptación dentro de la población donde está ubicada, además de incentivar la formación de vínculos afectivos con clientes satisfechos que promuevan el consumo en esos locales y, con ello, el mayor éxito la empresa.

1.4. Los jóvenes en la alimentación.

Considerando que la presente disertación tiene como objetivo observar si los jóvenes, con todos los estímulos propios de la modernización y globalización, reproducen o no su cultura, en los hábitos alimenticios y los rituales ecuatorianos que existen alrededor de ellos, en esta sección se observará el funcionamiento de este grupo etario en las sociedades.

Las personas como tales se construyen bajo el direccionamiento de varios factores que determinan sus patrones conductuales a lo largo de la vida. En las prácticas sociales uno de los más determinantes es la edad. El término edad generalmente tiene sentido biológico y se asimila a los diferentes periodos que dividen la vida de las personas, en ellos se adquieren y desarrollan prácticas sociales más o menos características y distintivas de cada etapa vital. En la actualidad los grupos de edad responden a la siguiente clasificación:

- Infancia: de 0 a 2 años de edad.
- Niñez: de 2 a 11 años de edad.
- Adolescencia Puberal: de 12 a 14 años de edad.
- Adolescencia Nuclear: de 14 a 18 años de edad.
- Juventud: 19 a 28 años de edad.
- Adulto Joven: 29 a 40 años de edad.
- Adulthood: de 40 a 60 años de edad
- Adulto mayor: de 60 en adelante.

Todas estas etapas están marcadas por los diferentes actos de socialización. Según Giddens (2006), la socialización es el proceso mediante el cual el bebe adopta conciencia de sí mismo; el niño aprende a manejar con inteligencia las formas culturales de su sociedad; y el joven desarrolla la reproducción estructural del sistema social, reproduciendo los valores, normas y prácticas sociales que ha aprendido de sus mayores. Todas estas diferentes etapas están interconectadas a través de la socialización. Este

proceso además de ser reproducido y contar con las personas como actores principales, poseen diferentes agentes encargados de reproducir la cultura a través de los años.

Los sociólogos consideran que el proceso de socialización se da prioritariamente en dos fases. En la primera, que se desarrolla en los primeros años de vida (infancia y niñez), se desenvuelven y se aprehenden en su máxima expresión las prácticas culturales, es en esta etapa donde los niños adquieren el lenguaje y las pautas mínimas de comportamiento y de socialización, construyendo las bases mínimas para forjar un futuro dentro de una sociedad, en este período el agente principal de socialización es la familia con cuyo apoyo se desarrollan los vínculos intergeneracionales. En términos generales la familia determina la posición social del individuo o al menos los modelos de socialización, ya que el niño adquiere características de comportamiento, copiando lo enseñado por sus padres. En opinión de Chiva (1984) el gusto por el dulce y el rechazo por lo amargo están presentes desde el nacimiento, y la diferenciación de la mímica ante nuevos sabores (que es la misma para cualquiera de ellos) la establece, por interpretación, el entorno familiar, que iría entonces definiendo el gusto por cierto tipo de productos. El infante y el niño en cambio, conforme una investigación de Kapferer (1985), prefiere alimentos presentados por publicidad llamativa y a la que tenga acceso con facilidad, más que aquella dispuesta u ordenada por los padres, una vez que su desarrollo intelectual a esa edad privilegia más la última impresión que aquellas repetitivas. Así, en estas primeras etapas se va construyendo el hábito nutricional del sujeto a partir de la intervención familiar directa (determinada por propios y múltiples factores) y de la influencia de la publicidad de los medios (establecida por intereses comerciales y eventualmente de promoción de la salud).

El segundo momento de socialización se da en las siguientes etapas de la vida, es decir, en la adolescencia, juventud y adultez. Los agentes que intervienen en esta fase son la escuela, las relaciones con los amigos, los medios de comunicación en masa y, finalmente, el lugar de trabajo. La interacción que pueda llegar a existir dentro de estos diferentes agentes de socialización son los que determinan el aprendizaje de valores, normas, creencias y prácticas capaces de reproducir la cultura de una sociedad. En la escuela se observa un proceso formal de aprendizaje de materias y de normas sociales, al que se asocia el desarrollo práctico de la capacidad para relacionarse con otros individuos

de la misma edad ajenos a la familia, es en este momento donde aparece, como otro agente principal de la socialización, las relaciones entre compañeros. Junto con la modernización y la globalización, los medios de comunicación masiva han desarrollado nuevas metas y procesos de generalización, con accesibilidad asegurada a lo que podría ser el conocimiento universal y a la sociabilización, sobre casi cualquier acontecer mundial; generando así un rol prioritario en el conocimiento y la comprensión personal y colectiva de hechos específicos.

La juventud además señala la superación de la adolescencia, es decir, el abandono en la totalidad de las prácticas de ser niño, la adopción positiva de los cambios biológicos, y la renuncia al limbo de ser tratados como adultos pero seguir siendo niños. En la juventud se identifica la corporalidad propia como elemento de individualidad que busca afirmarse con la experimentación de un mayor número de prácticas sociales, y con la posterior selección-, en ejercicio de lo que se supone su autonomía, de aquellas prácticas políticas, culturales, sexuales y religiosas con las que se siente identificado y le provocan satisfacción personal. De igual forma esta etapa de la vida se caracteriza por la formación académica y social para que el joven pueda desarrollar sus habilidades y obtener las metas que él se haya propuesto o que la sociedad muestre como las correctas.

En el proceso de adquisición de los hábitos alimenticios los adolescentes adoptan modelos que se ajustan a su cambiante visión de la vida y la sociedad, con clara tendencia, al igual que en la juventud, a adaptarse al sentir gregario y a la experimentación, inducida bien por referencias individuales o por información publicitaria. Al término de la etapa juvenil se adoptan los hábitos nutricionales definidos por los determinantes que se han comentado: fisiológicos y psicológicos, económicos, ecológicos, culturales, y los relacionados con la urbanización e industrialización.

Cada una de las diferentes culturas que existen en el mundo tienden a subdividirse en expresiones de grupos que poseen prácticas y creencias distintivas que las diferencian de la cultura principal, añadiendo así con la variedad un valor agregado extra a las que ya tienen las prácticas de la cultura general. Las subculturas pueden variar por la edad, el género, la clase, la etnicidad y las creencias religiosas o ideologías políticas. El

comportamiento de los jóvenes repercute de manera importante en la cultura de las diferentes sociedades, ya que son ellos los primeros y principales sujetos que receptan nuevos valores y costumbres en las prácticas sociales, caracterizándose, desde siempre, por su cuestionamiento de aspectos morales y sociales, y de el juicio crítico, y aún rechazo, de los valores presentes en generaciones anteriores. Los jóvenes al no haber vivido las experiencias y los recuerdos de sus mayores no comparten algunos significantes de su cultura, por este motivo viven el cambio cultural más intensamente y a un ritmo diferente que sus mayores; también modifican, cambian el significado y el valor o eliminan algunos conceptos y prácticas que se consideraban inmutables generacionalmente, en la búsqueda de lo que consideran un mejor modelo social.

La juventud de la actualidad está ligada a la globalización con todo su significado: libre mercado, flujo de capital y de productos, amplia capacidad de movilización, conexiones de alta rapidez y acelerado proceso de urbanización. El resultado de esta relación, y de la interacción generacional con jóvenes con otras formas de vivir y pensar por sus diversos orígenes y cultura, es la integración real o deseada a una cultura global en construcción. Por este motivo, construyen elementos de identidad diferentes a los de sus padres. Dado que se asume que en la modernidad el grupo con mayor valor social es la juventud, la globalización propone para ella, con alcance universal, las mismas prácticas sociales independientemente de su espacio geográfico y cultural. La difusión de la propuesta se hace a través de la promoción comercial por medios de comunicación masivos; se patrocinan como elementos identitarios de esa etapa vital en todo el mundo, por ejemplo, las mismas cadenas de comida rápida, las mismas marcas de ropa o las mismas formas de expresión artística.

Cabe hacer algunas acotaciones en relación a la presencia de los jóvenes en Ecuador. La Comunidad Andina de Naciones está formada por 101 millones de habitantes, de de los cuales 18% son categorizados como jóvenes, según reportes del organismo internacional, hacia ellos los gobiernos han dirigido esfuerzos en las últimas décadas -a través de la estructuración de políticas públicas- para incrementar su participación en la vida ciudadana y la oportunidad de expresar sus ideas, en un intento por modificar las políticas tradicionales de los países de la región y acelerar los procesos de cambio y

desarrollo nacionales. El Ecuador no es la excepción a esta tendencia. Según datos de la UNESCO de 2010, el 60% de la población ecuatoriana tiene menos de 30 años; en ese porcentaje se intenta desarrollar políticas gubernamentales que amplíen la posibilidad de educación (ejemplo de ello es la oferta de becas SENESCYT, el intento de cambio de modelo de educación superior y las propuestas de mejorar y facilitar el acceso a nuevas tecnologías en ella), mercado laboral (se tiene la percepción no cuantificada de incremento de la contratación de personal joven en la burocracia), salud (programas de educación sexual, incremento de la cobertura de la asistencia sanitaria), y también de participación política directa en la vida nacional (voto facultativo para el grupo de entre 16 y 18 años de edad). El imaginario político y general del Ecuador además considera a la juventud como la depositaria del “futuro”, proclamando la necesidad de confiar en ella y de impulsar su incorporación temprana a la estructura social del país.

La estructura cultural de los jóvenes, entendida como la reproducción de prácticas sociales que tienen el mismo valor simbólico para todas las personas que las practican, surge entonces de algunos elementos: a. su aprehensión a través de su ejercicio frecuente o en momentos de contenido especial para la comunidad más cercana, como el entorno familiar; b. la transmisión oral de su forma y significado entre generaciones; c. la identificación con modelos presentes en sociedades dominantes presentados y difundidos en los medios de comunicación a través de agresivas campañas de mercadeo; d. la adopción de conductas grupales diferenciadas de otros grupos etarios con fuerte influencia del querer y pensar colectivo y del líder modélico, y del deseo de autonomía y resistencia a la autoridad. Estos elementos, en el caso de los hábitos de alimentación son influenciados además por el momento fisiológico que se atraviesa, que exige, muchas veces, la satisfacción inmediata de necesidades y deseos. El resultado de estas influencias es la pervivencia y reproducción, en grado variable, de ciertas prácticas presentes en abuelos o padres, modificadas o no, y la incorporación de otras adquiridas en procesos de mundialización o de adaptación a una lógica de vida más acelerada que la de generaciones anteriores.

Al considerar que la cultura es la reproducción de prácticas sociales que tienen el mismo valor simbólico para todas las personas que las practican, y que dichas prácticas se

adquieren, entre otros mecanismos, a través del ejercicio repetitivo o ritual o y de su asimilación por transmisión oral de generación en generación, se puede plantear como hipótesis que los jóvenes seguirán reproduciendo en la actualidad ciertos hábitos alimentarios como prácticas características de la cultura ecuatoriana. Sin embargo en el Ecuador los jóvenes, al estar en constante contacto con el resto de culturas del mundo como parte del proceso globalizador y del desarrollo tecnológico que lo caracteriza, desarrollarán una diferente formación cultural en sus hábitos alimentarios. Estos hábitos tendrán, además, formas de expresión tradicional diferente a las de sus padres o abuelos, y se manifestarán con mayor fuerza en los momentos rituales de mayor significación en la identidad nacional, como podrían ser las festividades religiosas de Semana Santa o Navidad. Por otra parte, los jóvenes, al responder a una lógica de vida mucho más acelerada que la de sus padres o sus abuelos, acudirán en la cotidianidad a la comida que se acopla de mejor manera a sus necesidades, es decir de rápida y fácil preparación, que requiera mínimo tiempo para su consumo y que permita continuar con el ritmo de vida, estos requerimientos se exigen más en el almuerzo o refrigerio del mediodía, en el que se presentarán los mayores cambios de composición, sobre todo en el área urbana, motivo de la presente investigación.

CAPÍTULO 2. CONSUMO ALIMENTARIO EN EL ECUADOR

En este capítulo se procederá al estudio y análisis de diversos patrones alimenticios de la población ecuatoriana con el propósito de identificar y definir aquellos que podrían tener mayor componente de identidad cultural. Una vez establecidos esos patrones de alimentación se identificarán los determinantes (fisiológicos, ecológicos, culturales, económicos, o relacionados con la globalización) con mayor repercusión a la hora de seleccionar el producto a ser consumido por la población señalada. Como instrumento metodológico se utilizará información originada en el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), referida a la composición de la Canasta Básica Familiar en el rubro alimentación en dos años referenciales (1994 y 2004), para derivar de ellas el posible cambio de los hábitos alimenticios de los ecuatorianos en ese lapso. Esta información será contrastada y complementada con los resultados obtenidos por encuestas aplicadas a una muestra focal de estudiantes universitarios, sobre la frecuencia de consumo de diversos tipos de preparaciones alimentarias en fechas determinadas; y por entrevistas directas a varios informantes calificados, sobre la evolución de los hábitos alimentarios de los ecuatorianos dentro del proceso globalizador mundial.

2.1. Características fundamentales en los hábitos alimenticios de la población ecuatoriana, e incidencia de factores de identidad.

La alimentación se puede identificar como un hábito o práctica propia de una cultura específica, o como reflejo de la identidad cultural de un país, según Giddens (2006) esto ocurre cuando esa práctica de identidad se adquiere y es adoptada como propia y forma parte de la conciencia de los individuos como algo innato y perteneciente a un “nosotros”. Tal estructura, la “identidad cultural”, está constituida por reglas y valores comunes, y por el recuerdo de un pasado compartido.

Es interesante notar la diferenciación entre identidad nacional y nacionalismo. Según Charvet (2004) el primer término hace referencia al sentimiento de pertenencia a una comunidad nacional, a la conciencia de la cultura compartida y el amor a la tierra. Por

otro lado, el segundo término hace referencia a una denotación de ideologías o movimientos políticos cuyo objetivo es promover los intereses de una comunidad. Así, la dimensión política del “nacionalismo” no sería una constante en la “identidad nacional”.

Según Contreras y Arnáiz (2005) el proceso de alimentación debe ser observado desde dos perspectivas: como una elección cultural arbitraria, y como modo de reproducción y práctica económica. La primera acerca el proceso a una forma de identidad cultural nacional, mientras la otra implica una visión biológica de supervivencia. La presente investigación adoptará la perspectiva de selección voluntaria con contenido cultural de los productos alimentarios a ser consumidos por la población ecuatoriana.

La existencia de una posible identidad nacional ecuatoriana que se exprese en los hábitos de alimentación debe fundamentarse en la respuesta a la pregunta inicial de si en Ecuador se puede señalar una identidad cultural nacional. Según los resultados de la encuesta presentada en el libro “Ecuador, las Américas y el Mundo 2010” la población ecuatoriana tiene, en la muestra analizada, una alta percepción de identidad: “82% de la población se identifica perteneciente a la identidad nacional” (Zepeda y Verdesoto, 2011, p. 21), según los autores este sentimiento podría ser resultado de la derrota militar y pérdida territorial frente al Perú en 1940, y por otra parte ser el reflejo de los límites de la construcción nacional en Ecuador, la cual pretendería ser superada a través de una proyección redundante de la identidad. En la misma encuesta se encontró que el 93,2% de la población se siente “muy orgulloso” de ser ecuatoriano, y dentro de las respuestas con más recurrencia la justificación se encuentra alrededor de 4 agrupaciones: “porque aquí nací” (31,6%); “porque tiene muchos recursos” (8,2%); “porque es hermoso” (7,1 %); “por la tranquilidad con la que se vive en Ecuador” (9,6%). Con estos resultados se observa que en el Ecuador el orgullo nacional se construye en referencia al pasado compartido y a la pertenencia a un territorio determinado. Pero, a más de este orgullo nacional de pertenecer a cierto territorio específico y compartir un pasado, es necesario establecer, a través de una de las prácticas sociales con más relevancia dentro de las sociedades, si existe o no el refuerzo de la identidad nacional con la práctica de los hábitos alimenticios.

Según Nestle (2010) existe una relación especial entre las personas y las comidas, ellas se interrelacionan en lo social y lo cultural, de forma tal que se puede apreciar que los humanos no responden solamente a sus necesidades biológicas, sino también a sus estímulos sociales. Nestle afirma que la alimentación vincula lo natural con lo social, según este autor la única forma teórica de estudiar la cocina, es a través del conocimiento de la cultura de una sociedad; cultura entendida como la transmisión hereditaria de prácticas que representan concepciones especiales en un grupo determinado. Los hábitos alimenticios, al ser un saber compartido, representan además de una necesidad biológica y de reproducción del sistema económico, una parte de la estructura social, en donde el consumo de ciertos productos significa “pertenencia a un grupo”, de esta manera la relación cultura- cocina tiende también a tener una relación bidireccional, en la que solo si se llega a entender la cultura se apreciará el valor de la cocina. En esta línea argumental el estudio de la cocina como algo que construye a una sociedad debe incluir el de consumo cotidiano por frecuencia de práctica, es decir los alimentos que ingiere la mayoría de personas a diario y varias veces, así como de aquellos elementos presentes en otras actividades diversas de socialización a más de la cotidianidad y -en todos los casos- como fenómeno que engloba inquietudes biológicas, médicas, económicas y políticas. La investigación de la cocina de un grupo poblacional entonces, y en concordancia con las propuestas de Pazos (1991) y Carrillo (1996), detalladas luego, implicaría el de la conducta alimentaria cotidiana así como las de aquellas adquiridas por transmisión oral generacional, o tradicional, en las que se fusionan elementos rituales y de representatividad de una sociedad, tengan o no sentido ritual o ceremonial.

2.1.1 Características de la alimentación ecuatoriana.

Comer y beber son actos de tan enorme importancia para la humanidad que a menudo se asocian a la identidad de un pueblo. Si se acepta esta premisa, para reconocer la identidad cultural de un país o de una cultura específica es necesario establecer el tipo de alimentación de sus pobladores e integrantes. En este sentido es amplia la gama cultural que existe alrededor de los alimentos en cada sociedad, las variaciones se refieren tanto a

los productos considerados alimentos como, entre otras, a su forma de almacenamiento, preparación, modo de presentación, y momento y lugar de consumo.

Es importante notar la diferencia entre comer y nutrirse, el primer término se refiere a la ingesta de productos que podrían considerarse alimentos con el propósito de satisfacer la sensación biológica de hambre, mientras el segundo implica además la satisfacción de las necesidades metabólicas del individuo referidas a los distintos nutrientes. También resulta útil la diferenciación hecha por Carrillo (1996) entre dieta y cocina, notando que el significado de “dieta” se refiere a lo que la gente ingiere, mientras que “cocina”, va ligado al hecho de la construcción cultural, a las estructuras de organización y al modo de su preparación.

Dentro de los países en vías de desarrollo el cumplimiento de recomendaciones nutricionales adecuadas es, en términos generales y sobre todo en requerimientos proteicos, costosa. Engel (Pizzolitto, 2007) estableció una relación entre el ingreso económico familiar y el porcentaje de éste gastado en alimentos: mientras mayor es el ingreso, menor es el porcentaje de gasto en alimentos y, de manera correspondiente, mientras menor sea el ingreso económico mayor es el porcentaje de gasto en alimentos. Sin embargo, mientras menor es el ingreso económico del hogar menor es el presupuesto destinado a la alimentación, aunque la proporción destinada a este fin sea mayor. Estos hechos determinan que los hogares con bajos ingresos tiendan a utilizar productos más baratos, de menor valor nutritivo y metabólico, que terminan por inducir la presencia de deficiencias nutricionales.

El concepto de dieta hace referencia a lo que se come, con qué frecuencia y en qué cantidad y proporción. Como se analizó en el primer capítulo la dieta depende de varios factores y actores, en los que se incluyen elementos socioeconómicos. Para establecer entonces cuál es la dieta de los ecuatorianos es relevante destacar las características principales de su organización social. Según el folleto de indicadores sociales Encuesta de Condiciones de Vida-ECV (INEC, 2010) la población de Ecuador se podría categorizar en 1,9% de clase alta, 61% de clase media alta y media típica y 37,1% como pobre. Plutarco Naranjo, en su libro “Desnutrición: problemas y soluciones” (1986), sugiere que en el

Ecuador los determinantes más importantes que estructuran y marcan la dieta nacional, son (o eran a esa fecha), el económico y la educación nutricional. Fundamentado en esa afirmación asegura que existe diferenciación de las dietas en las diversas clases sociales del país.

En 1998 la FAO recomendó que cada país debe ser capaz de otorgar la ración energética óptima a cada uno de sus ciudadanos y que los alimentos, al menos para la satisfacción de las necesidades básicas a su población, deben ser producidos dentro de su territorio. La misma organización afirma que esta ración debe contener 2.300 kilocalorías diarias para cada habitante. El Ecuador, conforme a cálculos teóricos que relacionan producción alimentaria y población, podría brindar a sus ciudadanos un promedio de 2.500 kilocalorías diarias, sin embargo, en este cálculo se ignoran las condiciones de obtención y distribución de dichos alimentos.

Si se acepta que el 37% de la población ecuatoriana se situaba bajo la línea de pobreza en 2004, se debe también aceptar que dicho porcentaje de la población no pudo acceder al consumo de la ración óptima de alimentos y que aunque este grupo poblacional hubiese podido ingerir el total de calorías requeridas, ese cumplimiento no implicó una nutrición correcta, dado que aquellos productos a los que se pudo acceder por su costo, no poseerían los elementos nutritivos correspondientes a una dieta sana (en otros términos: la alimentación que podría aportar suficientes calorías podría ser deficiente en ciertos tipo de nutrientes, por ejemplo proteínas). Sin embargo, uno de los factores que llama la atención en la definición de los hábitos alimenticios de los ecuatorianos es su conocimiento nutricional, y más que éste haya sido obtenido en forma empírica y tradicional. Según el estudio de Peltre-Wurtz (2004) las madres, aunque pertenezcan a estratos económicamente bajos y posean niveles elementales de instrucción, tienen conocimiento del valor energético de los alimentos y de la calidad de sus principales nutrientes, y actúan en consecuencia: escogen, o procuran hacerlo, los productos alimentarios por su valor energético y nutricional, en la búsqueda de una adecuada relación costo-valor nutricional.

Según la misma autora, Peltre-Wurtz (2004), existen cuatro grupos alimentarios que nunca han presentado problemas de abastecimiento: las grasas vegetales, el azúcar, las

frutas y, a partir de 1964, los pescados y las carnes; en oposición el grupo de alimentos que plantea problemas de abastecimiento dentro de la población ecuatoriana es: la leche, los huevos, las hortalizas y los cereales. Los estratos poblacionales de bajos recursos consumen arroz, plátanos y azúcar en cantidades no recomendadas (por exceso), para lograr a bajo costo la sensación de plenitud y paliar de alguna forma el déficit calórico (con calorías “vacías” complementadas solo parcialmente con alimentos de mayor valor alimentario), por ello el consumo de estos elementos marca sus hábitos alimenticios. Este hecho sugiere también que en cuanto los precios de los alimentos aumenten, los patrones de alimentación no serán sustentables.

Desde la perspectiva fisiológica o biológica, dentro de la realidad ecuatoriana, se observa que los hábitos alimentarios varían según la edad y el sexo del individuo. Según Wilma Freire (citada por Peltre-Wurtz, 2004), experta en nutrición ecuatoriana, 26 de cada 100 niños ecuatorianos sufren alguna especie de retardo físico conectado con la falta de alimentación, por ello marca la necesidad de poner especial énfasis –como política estatal de salud- en la buena alimentación en el primer año de vida del niño, dado que éste es crucial para evitar la desnutrición y lograr un adecuado desarrollo físico y neuromotor. En el periodo de la adolescencia, la etapa en la cual los nutrientes se absorben con mayor facilidad, la misma investigadora observa que el 75% de la población ecuatoriana mantiene una alimentación medianamente aceptable, gracias a una buena combinación de los diferentes grupos alimenticios, modelo alimentario que podría resultar de la aplicación del conocimiento ancestral y de diversas campañas de educación nutricional; sin embargo la migración desde las áreas rurales a la ciudad y la penetración del mercado a esas zonas, puede acabar determinando un patrón diferente de alimentación.

Como se había comentado previamente el ingreso económico, al determinar la posibilidad de acceso a diversos productos –y a diferentes composición y calidad de los mismos-, direccionará los hábitos alimenticios de una población o de un sector de ella. Este proceso se replica en el Ecuador.

La evidencia empírica señala, como ya se ha sugerido previamente, que el factor de mayor peso en los patrones de alimentación cotidiana, independientemente de ser a nivel

nacional o regional –de acuerdo a la categorización adoptada- es, seguramente, el factor económico.

Naranjo (1986) clasifica el hábito de alimentación de los ecuatorianos – de acuerdo a la categorización adoptada sería de la “cotidiana” y “extendida” - según la clase social a la que corresponde (estratificación definida por el mismo Naranjo):

- Clase alta: obtiene una dieta abundante y variada, existe la posibilidad económica para gozar de exquisiteces. Dentro de este sector es mayor el consumo de carne, pescado, mariscos, leche y huevos.
- Clase media alta y media: dentro de este sector socioeconómico observa el autor que el 42% de los ingresos es destinado a la alimentación. Los productos de más alta frecuencia de consumo dentro de este estrato son: carne, leche, huevos, pan, arroz, azúcar, papas, plátanos y fideos.
- Clase baja: En la alimentación de este sector destaca el predominio de consumo de hidratos de carbono y harinas, aunque existen variaciones regionales. En los años previos a la publicación de Naranjo (1986) se había observado el incremento del consumo de arroz en la categoría de nivel nacional o extendida.

Otra de las características dentro de los hábitos alimenticios de los ecuatorianos es que gracias a la variedad de suelos y dependiendo de la zona y de la región, se pueden cultivar diferentes productos que pueden llegar a ser parte del comer cotidiano de las personas que vivan en diferentes regiones (Costa, Sierra u Oriente); por otra parte, el desarrollo que ha tenido cada una de las zonas ha marcado sus hábitos culturales, entre ellos los alimenticios. Estas circunstancias determinan que varios autores, tales Naranjo (1986) o Carrillo (1996), señalan la dificultad para encontrar un patrón alimenticio único o una recurrencia de productos consumidos en Ecuador como nación, una vez que dentro del territorio varía la forma de alimentarse según la clase social, su pertenencia a un sector rural o urbano y a la región natural a la que se pertenezca. Por ejemplo: en la Costa se distingue mayor consumo de plátano verde y de menestra de lentejas o frijoles en su

alimentación cotidiana; mientras que en la Sierra, para la misma categoría, se diferencia mayor consumo de papa, maíz y “coladas” elaboradas con diversas variedades de harinas.

Tabla 2. Alimentos por regiones del Ecuador.

PLATOS REGIONALES:					
Costa:	Pescado encocado	Sierra:	Tamal lojano	Oriente	Chicha de yuca
	Tapao de pescado		Repe		Masato
	Cebiche		Mote de papa		Camote
	Carapachos de cangrejo		Mote pillo		
	Chupé de corvina		Chucchucaras		
	Pescado frito		Tripa Misqui		
	Cazuela de pescado		Carne colorada		
	Encebollado de pescado		Paucara		
	Sal prieta		Dulce de higos		
	Pan de almidon de yuca		Cuy		
	Colada de harina de plátano		Yaguarlocro		
	Muchines		Locro de papa		
	Cocadas		Chicha Yamor		
	Dulce de grosellas		Sancocho		
	Viche de pescado		Quesadilla		
	Carne punzada		Quinua		
	Corviche		Timbushca		
	Torta de verde		Cecina		
	Empanadas de verde		Cuyucho		
	Ayampaco		Chugchucaras		
	Seco de chivo		Guatita		
	Ayacas		Llapingachos		
	Tigrillo		Tigrillo		
	Sango de choclo		Caca de perro		
	Arroz con concha		Morocho		
	Meloso		Chochos		
	Patacones		Ayuyas		
	Casabe		Bonitisimas		

Fuente: Paredes, I. (1986) *Folklore nutricional ecuatoriano*. Pazos, J. (1991) *Recetas criollas. Cocinemos lo nuestro*. O. Fried, M. (1989) *Comidas del Ecuador. Recetas tradicionales para gente de hoy*.

Elaboración: Propia

En el Ecuador la variedad de nichos ecológicos asegura potencialidades agrícolas múltiples. A lo largo del siglo XX la costa del Ecuador se convirtió, en diferentes años, en el primer exportador de cacao, café, banano y camarón, produciendo a finales de 1980 la cuarta parte del valor de las exportaciones del país. De igual forma, gracias al auge del arroz y de la cosecha de la palma africana, el país ha mejorado su producción de cereales y

de alimentos grasos, a tal punto que se ha vuelto autosuficiente en estos últimos. Por otra parte la misma zona se caracteriza por su calidad de ganado, aunque no brinda mayores beneficios económicos dado que importa toda la tecnología utilizada y su rendimiento productivo es bajo (Peltre-Wurtz, 2004). La Sierra del Ecuador se ha caracterizado por su producción de papa, cebada, haba, ganado bovino, maíz, frejol, fruticultura y el cultivo de hortalizas. El papel de producción de alimentos de la Sierra es elemental, dirigido al autoabastecimiento y de autosubsistencia en ciertas áreas, si bien podrían ampliarse la variedad de producción e incrementar su productividad con la aplicación de nuevas tecnologías. El consumo del arroz en el Ecuador representa ahora, y a nivel nacional, el aporte de la mitad de las kilocalorías recomendadas para el consumo diario, es decir que el arroz ha brindado –o lo intenta- un medio para vencer la subalimentación calórica en Ecuador.

El comentario previo podría ser un ejemplo del cambio en el patrón alimentario: para 1959 (INN, 1963) el número de comidas que incorporaba el arroz en el hábito cotidiano mensual (de 90 consumos) de la Costa era de 51/90 en oposición a las 33/90 que lo hacía en la Sierra, contrastando con el aporte de maíz que era de 6 versus 28, respectivamente; mientras en el grupo focal de estudiantes universitarios de Quito, ese consumo de arroz fue de 60/90. A pesar de las limitaciones que encuentran algunos estratos de ecuatorianos para mantener una óptima y variada nutrición (evidenciadas por los índices de desnutrición infantil) por restricciones de ingreso económico, la percepción empírica es que estas limitaciones no llevan implícitas la desaparición de los elementos que caracterizan la comida típica ecuatoriana, aunque sí podrían disminuir su frecuencia de consumo y, potencialmente, modificar su forma de preparación (al dificultar el acceso a ciertos ingredientes).

Los argumentos presentados apuntan a varios hechos: que los factores económicos, no solo de ingreso sino de estructura social, son determinantes de los hábitos de alimentación; y que el entorno ecológico o la región en el que se desarrolla el grupo social, al influir en la producción, también es elemento determinante de esos hábitos, sobre todo de aquellos con orígenes culturales históricos.

La identificación de los principales determinantes de los hábitos alimenticios y su resultado final en variedad de los mismos, lleva al estudio de la “comida típica” ecuatoriana.

2.1.2 *Cocina ecuatoriana.*

Es importante diferenciar aquello que se conceptualiza como comida tradicional de la que no lo es: la comida tradicional adquiere esa connotación por su trascendencia cultural, y no hace referencia, como podría entenderse, a un modo de alimentarse que está en uso durante determinado tiempo o como forma de atraer personas de otras culturas a la propia. Carrillo (1996) señala que la permanencia de la cocina cultural no depende de la clase social que la practique sino, como ya se comentó, de su significación en la cultura local independientemente de su frecuencia de consumo, de forma tal que, mientras para los sectores populares la comida tradicional puede constituir una forma de lo cotidiano, por su frecuencia de uso; para la clase hegemónica podría ser excepcional, que se practica en momentos especiales. Así dentro de los sectores populares la comida tradicional podría ser aquella que se consume todos los días y es un hábito -ya sea por facilidad de acceso al producto a consumir o por costumbre adquirida a lo largo de algunas generaciones, como podría ser el consumo los lunes de arroz de cebada en Quito-, mientras que en la clase hegemónica consumir este tipo de productos o platos de consumo tradicionales de las clases bajas, son consideradas comidas típicas tradicionales, es decir que solo se consumen en situaciones especiales o cuando se dispone de un poco más de tiempo para su preparación. La única manera por la que la cocina permanece con su significado cultural es que sus preparaciones se plasmen dentro de una tradición y, aunque se observen variaciones en la forma de elaboración de los “platos tradicionales”, mantengan una matriz fija que permita encontrar su presencia en el pasado, presencia que además se ligue al valor de la tradición original. De esta forma los platos tradicionales no solo deben permanecer durante varias generaciones y poseer una historia y un significado específico para pertenecer a dicho grupo, sino que ellos deben confrontar los actuales acontecimientos de una sociedad moderna y presentarse en ella, de manera que sean capaces de incorporar elementos contemporáneos a sí mismos.

Las motivaciones para que los “platos típicos” sigan elaborándose hasta la actualidad, tomando en cuenta las facilidades de preparación de los alimentos que se brindan en la modernidad, obedecen a las connotaciones culturales y afectivas que rodean a esas preparaciones tradicionales. Una anécdota puede ejemplificar lo dicho: si bien la oferta de fanesca en Semana Santa es notable por parte de reconocidos restaurantes, los ecuatorianos proclamarán que la mejor es la de su madre (o abuela), y la consumirán en el entorno familiar.

Siguiendo la misma lógica es necesario establecer que la comida de los ecuatorianos no solo tiene como categorías únicas aquellas de cotidiana o tradicional. Carrillo (1996) resalta la diferenciación entre tradición, rutina y costumbre, conceptualizando tradición como algo invariable, a la costumbre como algo más móvil, y la rutina como una simple repetición sin carga cultural, y también que la comida dentro del territorio ecuatoriano sigue representando un factor para la socialización y para tener la sensación de pertenencia a un grupo social como lo señala Varas (2012).

Parece también ser importante para el estudio de los hábitos nutricionales de una población otra categorización de las preparaciones alimentarias derivada de las propuestas anteriores y que las modificaría en cada categoría: extendida o general y regional o territorial. La general se referiría a preparaciones culinarias de consumo frecuente, con extensión nacional, elaboradas en forma más o menos uniforme y con una similar base de ingredientes y productos (ejemplo de ello podría ser el “churrasco”), mientras aquella territorial definiría los platos propios de una región que se estructuran de forma propia a la zona, y con productos y formas mayoritariamente propios de ese territorio específico (vbg. el “masato”). Tabla 2.

Desde una aproximación gastronómica parece necesario adoptar la clasificación de las “comidas” que proponen –con pocas variaciones- Pazos (1991) y Carrillo (1996) (y que se desarrolla con mayor detalle más adelante), en: a. cotidiana, b. especial (de “antojos” para Pazos) y c. ceremonial o ritual. La primera categoría haría referencia a la comida que se ingiere en forma diaria, rutinaria, o la mayoría de los días del año, carente de valor simbólico cultural; aquella “especial” definiría las preparaciones elaboradas en forma

esporádica y con el propósito de distinguir algún suceso fuera de lo común o de halagar a una persona específica (el retorno de un miembro de la familia ausente de su lugar natal, por ejemplo); mientras la categoría de “ceremonial, ritual o tradicional” se refiere a la comida que se presenta o ingiere en fechas en las que deben cumplirse acciones que satisfagan disposiciones de culto religioso o de reverencia u honor a las personas, establecidas por costumbre o normativa (vbg. Semana Santa, el Inti Raymi). También se utiliza el término “típico” en referencia a la comida característica de un país o región, y el término “típico cotidiano” que además de ser característico de una zona es de alta frecuencia de consumo. La investigación sobre la comida ecuatoriana permite identificar algunos hechos:

- La comida cotidiana del ecuatoriano se estructura en base a dos platos, el primero de características líquidas: sopa, locro o caldo, y el segundo o “seco”, que responde al consumo de arroz (eventualmente fideos u otra variedad de pasta) con papa y carne, pollo o pescado. Según opinión de investigadores de los hábitos alimenticios del Ecuador, como Pazos (1991) o Carrillo (1996), en la comida cotidiana adquiere mayor importancia el consumo de la sopa, caldo, colada o locro dentro del almuerzo, que de otro de los platos que conformen la misma.

- Otro tipo de comida que se reconoce dentro de los hábitos alimenticios de los ecuatorianos es la comida “especial” (Carrillo, 1996) que corresponde a la categoría de “antojos” (Pazos, 1991). Esta comida no hace referencia ni a lo cotidiano ni a las ceremoniales, y por ende no manifiestan un acto de religiosidad pero tampoco son sencillas en su elaboración. Para que una comida pertenezca a esta categoría debe emplear mayor cantidad de tiempo de preparación que la comida cotidiana –y se presupone que tener una mayor palatabilidad-, ya que así se reflejará la intención de demostrar a las personas que van a ingerir el plato, la importancia de la ocasión.

- En tercer lugar se reconoce a la comida ceremonial como perteneciente a los hábitos alimenticios de los ecuatorianos. Estas comidas son servidas en las fechas rituales o de mayor importancia cultural para la sociedad o la familia y, en el país, generalmente están marcadas por alguna fiesta religiosa.

Bajo esta clasificación se presenta la siguiente categorización de las preparaciones culinarias de comida ecuatoriana:

Tabla 3. Alimentación de los Ecuatorianos.

CEREMONIALES		ESPECIAL	
Navidad:	Buñuelos	Pernil	Llapingachos con chorizo
	Pristiños	Fritada	Humitas
Año viejo:	Tamales	Hornado	Guatita
	Escabeche de Baños	Choclotandas	Caldo de manguera
	Emborrajados	Papas con cuero	Carne Colorada
Carnaval:	Patas emborrajadas	Empanadas de viento	Meloso de pollo
	Jucho	Bonitisimas	Menudo
Semana Santa:	Fanesca	Morocho	
	Molo	Cebiche	
	Arroz con leche		
	Dulce de higos		
	Champuz		
Finados:	Rosero		
	Colada Morada		
	Guaguas de pan		
	Chicha Jora		

COMIDA COTIDIANA	
Locros:	papa
	haba
	queso
	huevo
	puerco
	mellocos
Sopas:	arroz de cebada
	quinua
	sancocho
	bolas de maíz
	fideo
Caldos:	ajiaco
	caldo de gallina
Segundos platos:	caldo de pata
	corvina
	carne apanada
	seco de carne
	seco de gallina
	estofado de carne
	churrasco
	arroz relleno
	menestra con carne
	quimbolitos
Postres:	dulce de higos
	dulce de babaco
	dulce de leche
	espumilla

Fuente: Paredes, I. (1986) *Folklore nutricional ecuatoriano*. Pazos, J. (1991) *Recetas criollas. Cocinemos lo nuestro*. O. Fried, M. (1989) *Comidas del Ecuador. Recetas tradicionales para gente de hoy*. Ecuador Infinito (2012) *Comidas, sabores y lugares*.

Elaboración: Propia.

Un estudio realizado por Carrillo (1996), sobre la comida tradicional de Quito y su consumo dentro de la población, afirma que el lugar donde se consume la comida, sea tradicional o no, le proporciona una connotación diferente. Es decir, no es lo mismo ingerir comida tradicional en un restaurante de lujo en el norte de Quito, que en un comedor del Sur; aún más, existen algunos platos y lugares que están conectados entre ellos para autoidentificarse como comida tradicional. La autora señala como ejemplo que comer fritada en el Centro Histórico de Quito u hornado en el Mercado Central implica asegurarse comer un plato de comida “típica” en el lugar apropiado. Dentro del mismo estudio se realizó un análisis de mercadeo y se afirmó que en el Centro Histórico de Quito existen mayor número de locales de venta de comida “típica” que cafeterías, restaurantes, snacks, o confiterías, entre otros. Y que dichos locales de venta de comida están cuidadosamente ubicados respetando cierto tipo de lógica de mercado, sin embargo al hablar de un Centro Histórico no todo es organizado por esta lógica y existen por ejemplo: *La heladería San Agustín* conocida por sus helados y *La cafetería Carmita* identificada por sus humitas y quimbolitos, locales con numerosa asistencia de clientes dada su memoria y ubicación urbanas que permiten el desarrollo de un modelo clientelar que recoge el valor simbólico del lugar tradicional y añaden así algo más al sabor de las preparaciones a la venta.

Cuando hablamos de comida típica ecuatoriana no debemos olvidar las bebidas tradicionales, ya que éstas también están involucradas en la práctica de alimentación y del proceso de sociabilización cultural. Las bebidas entonces, según José Sánchez (1998), al igual que la alimentación no solo responden a las necesidades básicas de nutrirse o de saciar la sed, sino a un contexto social. Dentro de las expresiones del lenguaje coloquial ecuatoriano también se puede encontrar esta diferenciación: cuando se refiera a “tomar” el imaginario implica la ingestión de bebidas alcohólicas, mientras que “beber” hace referencia, en la mayoría de los casos, a cualquier tipo de otra bebida.

Tabla 4. Bebidas Tradicionales ecuatorianas

Bebidas	
Quaker	Chocolate ambateño
Chicha Jora	Batidos
Chucula	Champús
Canelazo	Jugos de Fruta
Yaguana	

Fuente: Zambrano, P. (2010) *111 Platos populares del Ecuador*. O. Fried, M. (1989) *Comidas del Ecuador. Recetas tradicionales para gente de hoy*.

Elaboración: Propia.

2.1.3 *El efecto de la globalización en la comida ecuatoriana.*

Las investigaciones de Pazos (1991), Naranjo (1986) y Criollo (1996) han identificado una serie de platos y de productos como tradicionales y de consumo frecuente, especial o ceremonial dentro de la dieta de los ecuatorianos. Sin embargo los estudios conocidos no han determinado el consumo de productos globales o no han identificado platos globales dentro de la dieta habitual de los ecuatorianos. Considerando a la globalización como un proceso que crea necesidades artificiales, modas y apetitos con el único fin de mantener un mercado en expansión para productos industriales desarrollados y patentados en países hegemónicos, que responden a la vida de la lógica moderna de mercado, la globalización alimentaria se puede entender como el proceso de unificación de consumo de productos de fácil, barata y rápida preparación y de consumo inmediato, en todo el mundo. El “fast food” se caracteriza por ser una comida de rápida preparación que se consume en restaurantes de cadenas transnacionales y que se identifica con las hamburguesas, hot-dogs, pizzas, papas fritas y bebidas gaseosas; si bien las características que definen esta variedad de comida se ha expandido a otro tipo de preparaciones como el “chaulafán”, los “tacos”, el “shawarma”.

Según Nestle (2010) la idea de comida rápida se construyó a partir de la publicidad presente en los medios de comunicación, actualmente con alcance universal a través del internet, y en momentos de cambios sociales y culturales (por ejemplo la incorporación de la mujer, habitual responsable de la preparación de la comida, al mercado laboral). El mismo autor señala cuándo las preparaciones culinarias adquieren la característica de globales: cuando son consumidos a nivel mundial; no tienen valor cultural; poseen una homogeneidad de preparación y de productos como ingredientes; responden a la lógica moderna de rápida preparación y consumo; y son las corporaciones multinacionales las responsables de su creación y expansión. En el entorno nacional podrían identificarse

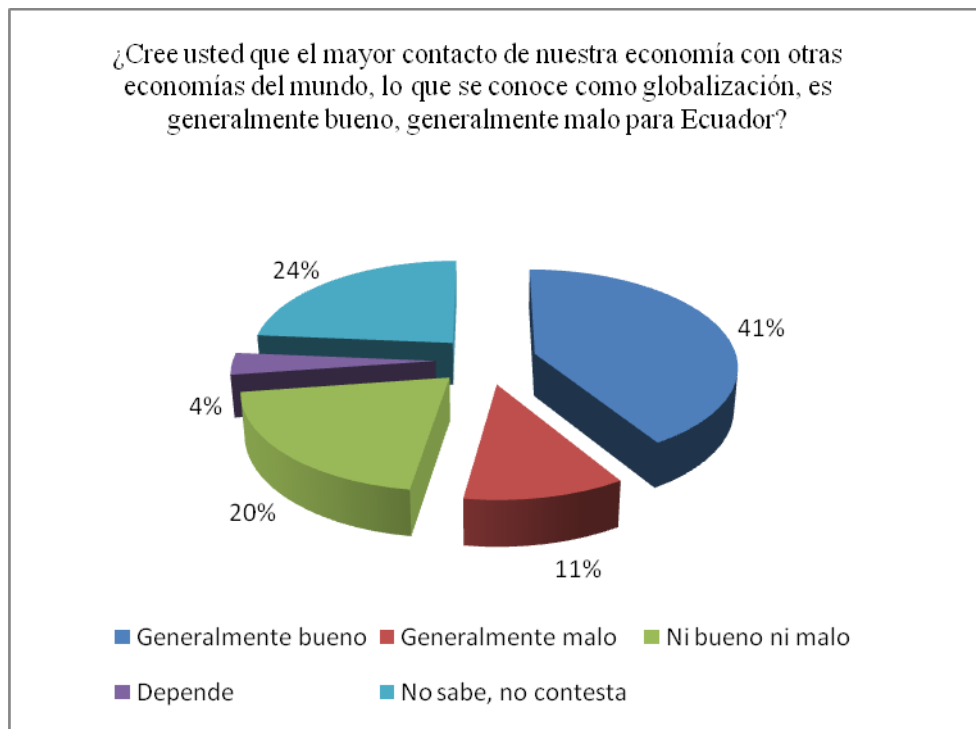
entonces como tales: hamburguesas, pizzas, pollo frito, aros de cebolla, hot dogs, papas fritas, tacos, sánduches, shawarmas, etc.

La interpretación del significado de “globalización” encierra una inconsistencia: el término definiría un proceso de integración de todas las sociedades –de forma más o menos igualitaria- en un solo sistema para la identificación universal con el mismo; pero la realidad, derivada de las relaciones de poder, determina el predominio de los países desarrollados y de sus empresas transnacionales en su construcción (CEPAL, 2002). Ese modelo globalizado encuentra distintos grados de resistencia a su adopción por las diversas sociedades, esa oposición puede ser doblegada por la intención de expansión de mercado de las transnacionales y las políticas macroeconómicas de los países hegemónicos, que en algunas regiones y circunstancias terminan por imponer, por sometimiento, su modelo. Sin embargo este hecho provoca que no exista, al momento, una aceptación total o única al sistema global. Esta diferencia, señalada en el informe de la CEPAL, se relaciona también con la historia de la producción y comercio de cada uno de los países.

La globalización se evidencia básicamente con dos áreas: económica y social. La primera de ella dirigida a la expansión y homogenización de los mercados por restricción o eliminación de barreras para el comercio cuyo proceso, al actuar sobre las relaciones sociales, acaba por provocar tensiones en las dos esferas. Desde la perspectiva social la globalización impulsa la homogenización cultural - por ejemplo indujo la adopción de un único patrón universal de derechos en los humanos- y por otro lado la necesidad de poseer elementos diferenciadores que permitan el fortalecimiento de la identidad de los pueblos. Se puede afirmar entonces que la globalización adopta como lema “igualdad e identidad” (CEPAL, 2002), y con ello induce una brecha entre el concepto de integración global (es decir de aceptación universal de ese modelo) y la capacidad y deseo para hacerlo (resistencia derivada de la fuerza de sus elementos identitarios). En el desarrollo del presente trabajo debemos ahora establecer si los hábitos nutricionales y los patrones gastronómicos de los ecuatorianos se han involucrado como elementos del proceso globalizador que compromete al Ecuador, y si su población acepta o se somete al mismo, así como su grado de resistencia al proceso.

Las encuestas de Zepeda y Verdesoto (2011) en referencia a la relación y la opinión de las y los ecuatorianos sobre la globalización indican una reservada apertura de la población hacia prácticas culturales extranjeras, sin embargo, la mayoría de ellos favorecen y aplauden la apertura económica del país. El 75% de la población que respondió señala como positivo el libre comercio y sus efectos, sobretodo en el ámbito alimentario.

Ilustración 1. Ecuador 2010. Apreciación nacional de la globalización.



Fuente: Zepeda y Verdesoto (2011). *Ecuador, Las Américas y el mundo 2010*.

La globalización conlleva procesos de cambio en las bases de la estructura de la sociedad, probablemente la más afectada de ellas, la cultural, como consecuencia del avance tecnológico en la información, la unificación de prototipos económicos, y la homogenización progresiva de modelos culturales y estéticos en el intento de crear una sola sociedad. Sin embargo algunas prácticas y creencias han supuesto un freno para las transformaciones haciendo hincapié en el valor de la ritualidad tradicional de la cultura. Es importante hacer esta reflexión y conocer cuán identificados se sienten los ecuatorianos con su identidad y sus prácticas culturales, porque ello permitirá determinar si la cultura de los ecuatorianos se revela a través de lo cotidiano, y por ende en simples prácticas sociales

dentro de su localidad, o si la globalización, junto con su diversidad de culturas, ha eliminado la caracterización cultural ecuatoriana en sus prácticas sociales.

Para Huber (2002) las diferencias culturales son aspectos secundarios, ya que son las grandes empresas transnacionales las creadoras de los nuevos patrones culturales globales, híbridos y heterogéneos. Además la amplitud de la industrialización alimentaria como una actividad dentro de la agenda de la globalización, al ofrecer al consumidor una elección casi infinita de alimentos procedentes de otros orígenes y países junto con la multitud de procesos involucrados en su consumo, permite que estos alimentos se generalicen en todas las regiones del mundo.

Dentro de las prácticas sociales de los ecuatorianos, junto con la modernidad, el proceso de alimentación y sus hábitos han ido cambiando adecuándose a la cotidianidad de la vida de la población, respondiendo al impacto de los nuevos estilos de vida (la urbanización, la integración de la mujer al horario laboral y el desarrollo e implantación del “supermercado” o de los “mercados mayoristas”). Igualmente el desarrollo de las tecnologías dentro de la agroalimentación ha puesto a disposición y al alcance económico los “alimentos de servicio”, e impulsó que en el Ecuador actual prime la comodidad en la elección de alimentos. En un estudio realizado por Carrillo (1996) sobre la comida tradicional de Quito, se demuestra la presencia de restaurantes de venta de comida rápida junto con la incidencia del tráfico, la cercanía de los lugares de trabajo y de espacios que poseen un flujo peatonal constante, donde no se posee una cantidad extendida de tiempo para comer y menos aún para cocinar. De igual forma dicha autora observó que los locales de comida rápida generalmente aparecen por grupos, es decir que no es fácil encontrar un restaurante de comida rápida aislada sino que, al contrario, se encuentra un mínimo agrupado de tres de ellos, indicador del comportamiento comercial de dichos restaurantes: no buscan exclusividad sino masificación. Los restaurantes de comida rápida en el Ecuador se promocionan visual y oralmente, y deben estar preparados para que los clientes puedan consumir esa comida aún camino hacia otro destino. Jorge Saltos (citado en Meléndez, 2012), agente de desarrollo de Subway, afirma que esta marca de comida rápida tras estudios de mercado vio que iba a tener éxito en el país, dado que las ciudades de Ecuador, sobretodo en Guayaquil y Quito (ciudades donde existen más locales Subway) donde “la

vida se vuelve cada vez más ajetreada y la gente tiende a comer fuera de casa y buscan opciones relativamente saludables para almorzar” (p. 16, 2012).

Sin embargo la comida rápida no incluye solamente hamburguesas o pizzas, lo que se podría denominar como comida “chatarra”, sino que hace referencia, en su nombre, al tiempo que se demora en estar preparada y lista para su consumo constituyendo lo que Román y Vélez (1998) denominan “almuerzo comercial en pie”. Por este motivo Carrillo (1996) señala que dentro de la comida típica ecuatoriana también se encuentran alimentos ofertados por diversos locales o por vendedores ambulantes que se asimilarían a ese tipo de comida. En esta categoría, en Quito, se observa que los que más oferta (y demanda) tienen son los sánduches de pernil o de higo y queso, morocho de dulce, chochos con tostado, habas, manzanas enconfitadas, guatita (servida en tarrina), salchichas con papa, tripa mishqui, cebiches, encebollados, fritada con mote y helados de paila. En el Ecuador este tipo de comida responde a dos formas de preparación, los que son elaborados en ese mismo momento y los que han sido preparados con anterioridad; pero siguen manteniendo su característica de comida rápida por su diligencia en relación a la compra-consumo y a su eventual facilidad para ser transportados mientras se ingieren.

Es importante señalar que dentro de los restaurantes “típicos” de Quito se pueden encontrar menús que resultan de la fusión de platos tradicionales y globales, y que en el mismo local se ofertan quimbolitos o humitas junto con hot dogs, al igual que se puede encontrar junto con los churrascos, las hamburguesas. En la investigación de Carrillo (1996) sobre los restaurantes del centro histórico de Quito se evidencia que aquellos restaurantes que venden comida global tienen nombres en inglés, tratando de marcar la diferencia y de hacer notar su supuesto origen extranjero.

Los “fast food” poseen un denominador común dentro de los hábitos alimenticios de los ecuatorianos: son de fácil preparación, de consumo sencillo y provocan saciedad inmediata. Los establecimientos de este tipo de comida son frecuentados por adolescentes, niños y adultos ecuatorianos, ya sea para el almuerzo o la merienda y sin importar si es fin de semana o entre semana. La expansión del número de locales de comida rápida como McDonald’s, Kentucky Fried Chicken (KFC), Burger King, Pollo Gus, Pizza Hut y otros,

refleja la aprobación y el consumo de sus productos diarios dentro del país. La revista *Gestión* (Oct. 2012) afirma que de estas cadenas de comida rápida la primera en llegar al país fue KFC, en 1975, seguida de Pizza Hut en 1982, y finalmente McDonald's en 1997. Según Meléndez (2012) en el Ecuador crece aproximadamente 4% anual el negocio de las franquicias, expansión confirmada por la Federación Iberoamericana de Franquicias, que afirma que en el Ecuador existen 250 marcas de franquicias de comidas; 17% nacionales y 83% internacionales, la mayoría de éstas, estadounidenses. De acuerdo con el estudio de Pulso Ecuador, los ecuatorianos gastan 48,27 millones de dólares de promedio mensual en comidas rápidas. Estos datos permiten sugerir que cada vez más el "fast food" se integra al patrón alimenticio de los ecuatorianos adquiriendo un carácter habitual en su cotidianidad, proceso relacionado con una ingesta que no requiere de mayor orden o estructura y como respuesta a la lógica moderna y a nuevos estilos de vida.

2.2 Actores y factores en la evolución de los hábitos alimenticios de los ecuatorianos.

Si bien en el Ecuador, al igual que en todo el mundo, el cambio de los hábitos alimenticios de sus pobladores se inicia a tiempo del primer "momento-ola" de globalización de Robertson (2005), a inicios del siglo XVII con la incorporación del pan de trigo a la dieta americana y de la papa a la europea, éste se acelera para territorio de Estados Unidos desde 1930 –con la aparición del restaurante Howard Johnson con el concepto de oferta de menús estandarizados- y 1949 –al fundarse el primer local McDonald's-, y para el caso ecuatoriano desde 1975, con la apertura del primer local con franquicia extranjera de comidas de la cadena KFC (Meléndez, 2012). Estos cambios son causados probablemente por la ampliación del gasto en bienes y servicios o por el monopolio de comercio y mercadeo de los recursos alimentarios que caracteriza a la globalización capitalista. Para poder ver con mayor claridad cuáles han sido estos cambios en el Ecuador se procederá a observar y comparar la producción de alimentos del país, así como las exportaciones e importaciones de este rubro y después, como elemento adicional, se procederá al análisis del contenido de alimentos en las últimas canastas básicas de

consumo de la población ecuatoriana, establecidas mediante los instrumentos técnicos correspondientes a las encuestas de ingresos y gastos.

2.2.1 La industria de la alimentación en Ecuador.

La Secretaria General de la CAN (2012) señala que el 8% del total del rubro de importaciones a la Comunidad Andina son productos alimenticios, versus el 14% de productos alimenticios de exportación de la Comunidad hacia el resto del mundo. El Ecuador, al ser un país privilegiado geográficamente, permite la generación de una gran variedad de productos tanto para el consumo interno como para la exportación. La superficie del país es de 26'079.600 hectáreas de la cual 12'355.831 hectáreas están destinadas a la producción agropecuaria, con 842.882 unidades productivas (Vázquez, Saltos. 2011-2012). La orientación de producción para demanda interna del país, con un alto grado de autoconsumo, se obtiene –tradicionalmente- en la sierra, mientras que en la costa la producción de cultivos se orienta –mayoritariamente- hacia los mercados externos. En el 2011 MAGAP (citado en Vázquez, Saltos, 2011-2012), ha declarado su intención de implementar estrategias de desarrollo agropecuario para abastecer holgadamente de alimentos a los ecuatorianos, en la búsqueda de seguridad e independencia alimentaria, con cultivos amigables con el medio ambiente. A la fecha del censo agropecuario se detectó un patrón de uso del suelo que no favorece a los fines propuestos: el 78% de toda la superficie cultivada en Ecuador está concentrada en la producción de cinco productos: cacao, banano, café, palma africana y plátano, cuya producción se orienta mayoritariamente a la exportación. Este dato y los que se presentan en la Tabla 5. “Cultivos del Ecuador”, sugieren que en el país no se ha desarrollado todavía una política estatal agropecuaria que concuerde con la intención previa de impulsar la planificación de los cultivos con la finalidad de obtener seguridad alimentaria; e indica también que en el uso del suelo se impone el interés particular y económico de los propietarios de la tierra que, en la búsqueda de lucro personal, muchas veces no obtienen la mayor productividad posible de la tierra que poseen.

Tabla 5. Cultivos del Ecuador.

PRINCIPALES CULTIVOS PERMANENTES (SOLOS)	PRINCIPALES CULTIVOS TRANSITORIOS (SOLOS)	PRINCIPALES GANADOS
Banano	Arroz	Ganado Vacuno
Cacao	Arveja seca	Asnal
Café	Fréjol seco	Caballar
Caña de azúcar para azúcar	Maíz duro seco	Mular
Caña de azúcar para otros usos	Maíz suave seco	Caprino
Maracuya	Papa	Alpacas
Palma africana	Soya	Llamas
Plátano	Maíz duro choclo	Conejos
Tomate de árbol	Maíz suave choclo	Cuyes
Tomate riñon	Cebada	Gallos, gallinas y pollos
Plátano verde	Quinoa	Patos
Yuca	Haba	Pavos
Caña de azúcar		Avestruces
		Pavos
		Codornices
		Ganado Ovino
		Ganado Porcino

Fuente: Resultados Nacionales con resúmenes Provinciales CNA 2000.

Elaboración: Propia

Como se mencionó previamente y se visualiza en la Tabla 5., a pesar de tener una posición geográfica privilegiada, que le permitiría contar con una gran diversidad en su producción agrícola, la mayoría de la superficie de cultivos en Ecuador está dirigida a productos de exportación en grandes plantaciones (salvo en los casos del cacao y el café) con muy poca diversificación. Los principales productos para consumo interno son manejados bajo iniciativas particulares, fundamentalmente en pequeñas y medianas unidades de cultivo, de forma tal que se puede concluir que son estas pequeñas empresas las que definen la soberanía alimentaria nacional y juegan un rol prioritario en la provisión de productos básicos. Además, según Vázquez y Saltos (2011-1012), esta producción alimentaria basada en unidades agrícolas pequeñas y medianas, tiene un componente de género importante: las mujeres rurales que trabajan en la tierra aportan hasta el 70% de la producción alimentaria.

De las 12'355.831 hectáreas de suelo cultivable en Ecuador apenas una décima parte está dedicada a los productos de la canasta familiar.

Tabla 6. Producción de cultivos para consumo interno.

Producto	Producción (tm)
Arroz	1.246.634
Maíz duro seco	515.303
Papa	239.715
Maíz suave seco	72.213
Cebada	25.121
Trigo	11.966

Fuente: INEC. III Censo Nacional Agropecuario (2009)

De los principales productos agrícolas alimentarios del Ecuador los de mayor incidencia en el consumo según su producción, son: carne de res, carne de cerdo, leche, huevos y aves, arroz, maíz, cebada, granos leguminosos, papa, tomate riñón, quinua, y plátano verde, maduro, y guineo. Las decisiones políticas de los últimos años, y la historia del sistema agrario del país, explican por qué en algunos casos la producción de ciertos alimentos es mayor a la necesaria para la población, por qué en otros esta producción es insuficiente para el abastecimiento de la comunidad o bien apenas lo logra, al haber sufrido un retroceso en lapsos variables; y también porqué algunos alimentos nativos (jícama, mashua) están en proceso de extinción.

En referencia al consumo de alimentos, el Estado ecuatoriano se ha limitado a presentar políticas públicas dirigidas al desarrollo humano y la prevención y corrección de la malnutrición calórica proteica, sin enfocarse de manera explícita y con el impulso suficiente a la recuperación del saber nutricional tradicional y la preservación de la cultura alimentaria, limitación presente a pesar de que la Constitución de la República del Ecuador (Capítulo II “Derechos del Buen vivir”, Sección I “Agua y alimentación”, art. 13, 2008) reconoce el “derecho al acceso seguro y permanente de alimentos sanos, suficientes y nutritivos en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales” y la necesidad de promover la “soberanía alimentaria”. Ecuador produce la suficiente cantidad de alimentos para asegurar un aporte calórico adecuado a toda su población, sin embargo es evidente que no todos sus habitantes gozan de la seguridad y soberanía alimentaria. Este hecho lleva implícita la aceptación de una distribución inadecuada de la producción alimentaria, o bien el desvío de la misma hacia la exportación.

Según un análisis realizado por Carrillo (2009) a inicios del 2008 se dio un incremento de 1.729,2 millones de dólares dentro de la industria de alimentos y bebidas. Aún más, la exportación de productos alimenticios industrializados representa el 19.3% del comercio internacional, indicador que señala además que el mayor porcentaje de ingresos de exportaciones se debe a materias primas.

Los principales productos alimentarios de exportación de Ecuador son:

- El banano, con el 23% del total, representa el mayor porcentaje de las exportaciones que determina -según el Boletín Mensual de Comercio Exterior (2012)- que tres de cada diez bananos consumidos en el mundo es ecuatoriano. En el 2008 los principales destinos fueron: Mar del Norte/ Báltico, Mediterráneo, Estados Unidos, Rusia, Chile y Argentina. Dado que existe una sobreoferta de producción de banano a nivel mundial algunas grandes productoras de la fruta están direccionando sus plantaciones al cultivo de otros productos tropicales como piñas, mangos, limones, también destinados a la exportación.
- El camarón representa un 11,5% del total en las exportaciones del Ecuador, aunque el desarrollo de la industria es relativamente reciente, básicamente desde 1968. Los principales destinos de exportación son: Asia 6%, América 3.3%, Estados Unidos 62.2%, Europa 28.5%.
- El tercer lugar en cuanto al monto de exportaciones de productos alimentarios de Ecuador lo ocupa el atún, con un 5,86% del total. Las presentaciones del atún para exportación son: fresco, congelado, en conserva o en bolsa; y el mercado consumidor preferente del atún ecuatoriano es España, Colombia, Costa Rica e Italia. El atún en conserva se exporta principalmente a los Estados Unidos, los Países Bajos, Colombia, Reino Unido y Chile.

- El cacao fino y de aroma representa el 4,94% del total de las exportaciones de Ecuador, siendo el producto de exportación más antiguo del país. La presencia de diversos micronutrientes que resultan de la geografía de la nación, así como las características de sus granos y mazorcas hacen que el cacao ecuatoriano sea uno de los de mejor calidad mundial. De la producción nacional aproximadamente 70% se exporta en grano, 25% en semielaborados de cacao y 5% es destinado para la industria artesanal del país. La producción ecuatoriana de cacao aporta tan solo el 3% de la demanda mundial.

- El Ecuador produce una gran variedad de café; sin embargo, el que se usa para la exportación es el café verde. Éste representa el 1,2% de las exportaciones. Los principales mercados son Alemania, EEUU, Inglaterra, Polonia, Japón, Rusia, Bélgica, Chile y Holanda. Su aporte a la producción mundial es menor al 1%.

Además de estos productos Ecuador exporta: tilapia, mango, maracuyá, fresas, palmito, espárragos, brócoli, papas, naranjilla, piña y tomate de árbol. A pesar de que la mayor parte de producción ecuatoriana de productos alimenticios para la exportación es en forma de materias primas, el país está desarrollando técnicas de industrialización, alrededor de estos productos: harina de banano, producción de chocolate, enlatados de pescado, entre otros. En este rubro los productos alimenticios de mayor peso dentro de las exportaciones son los enlatados de pescado con una participación promedio de 26,8% en el periodo 2002-2008.

Se afirma que la industria de la alimentación y bebidas es una de las más importantes dentro del sector manufacturero del Ecuador, sobresaliendo, en cuanto a volumen industrial, la de productos lácteos. Finalmente cabe destacar la importancia del sector no solo desde el lado de la oferta, sino también de la demanda. El consumo de alimentos y bebidas no alcohólicas es de carácter masivo y dentro de la estructura de gasto de los hogares representó –en algún momento- la cuarta parte de la ponderación de la canasta del IPC, siendo además, históricamente, la división de mayor participación en la inflación.

El Ecuador, a pesar de ser un país que podría desarrollar en su territorio proyectos para la satisfacción de los requerimientos alimentarios del total de su población, necesita de importaciones para cubrir las necesidades básicas de sus ciudadanos. Este hecho se debe al déficit de la agroindustria nacional para implementar mecanismos que aumenten la eficiencia en su producción, a la existencia de empresas internacionales con mayor desarrollo tecnológico y productivo, y a la eficiencia de políticas agrarias expansivas de países con relaciones comerciales con Ecuador, elementos que ponen en clara desventaja comercial a los productores nacionales. De las importaciones el 31% del total del rubro se destina a materias primas, 27% a bienes de capital, 21% a bienes de consumo y 21% a combustibles y lubricantes; dentro de los combustibles el gas de uso doméstico y la gasolina ocasionan el mayor gasto, ya que la producción interna solo abastece el 30% de la demanda nacional.

Entre los principales productos de importación de Ecuador, se encuentran la energía eléctrica, el petróleo, y los bienes de construcción. Entre los alimentos que Ecuador importa, según el Trade Map (2011), los que representan mayor porcentaje son: el maíz duro, el trigo, el azúcar, las manzanas, las cebollas, los pescados, la cebada, las uvas, las sandías, atún, lentejas, alimentos preparados, avena, malta, peras y ajos. La Tabla 7 señala el porcentaje del total que representa el producto alimentario, así como el volumen por día y habitante que se importó en 2011, y el valor calórico de esa importación de dirigirla a la alimentación humana.

Tabla 7. Importaciones del Ecuador.

	Total de las importaciones	gr/ día/ habitante	Calorías/ día
Maíz (1)	3%	103	99
Trigo Duro	4%	20	66
Azucar refinada	1%	11	41
Manzanas frescas	0,30%	8	4
Cebollas	0,30%	8	3
Pescados y mariscos	0,20%	5	8,75
Cebada	0,20%	5,77	20
Uvas frescas	0,20%	4,7	3,14
Sandias	0,10%	4	1,04
Atún	0,40%	3,6	10,36
Lentejas secas	0,10%	3,52	11,98
Alimentos diversos preparados (2)	0,10%	3,49	0
Avena	0,10%	3	11,91
Malta	0,10%	2,54	9,34
Peras	0,10%	2,38	1,45
Ajos	0,10%	2	2,74

1. Si la totalidad de la importación es para consumo humano.
2. Valor calórico variable.

Fuente: Trade Map (2011); Agriculture Handbook, *Composition of foods*.(1975).

Elaboración: Propia.

Dentro de todos los productos alimentarios importados es significativo señalar que los que registran mayor incremento año a año corresponden al rubro de frutas, verduras y hortalizas. Según cifras del Banco Central del Ecuador el incremento de las importaciones de peras y manzanas del 2010 al 2011 fue del 43%, que se refleja en el alto consumo de dichos productos en los mercados del país. Observaciones empíricas no cuantificadas señalan que en los mercados de Quito la mayoría de frutas de consumo habitual que se venden son de importación, posiblemente porque en la mayoría de los casos se asume que estas son de mejor calidad que las de producción nacional. En contraste, según un informe de Corporación Favorita (citado en Lagla, 2012), en las cadenas de Supermaxi las dos terceras partes de las frutas que se venden corresponden a fruta nacional, aunque también exponen una amplia gama de fruta importada. En referencia a los precios, los de las uvas, manzanas y pitahayas nacionales son proporcionalmente más caros, mientras que en otros casos como el de piñas y melones el precio por kilo de los productos nacionales es inferior

al de productos de importación. Se puede especular que el incremento de las importaciones, sobre todo en estos ámbitos, obedece a la falta de tecnología agrícola, a distorsiones en las cadenas de comercialización, ausencia de centros de acopio y almacenaje de productos nacionales y baja productividad, circunstancias a las que se añaden el ingreso de productos a precios competitivos de países vecinos como Chile y Perú. Estos factores opacan la producción interna y pueden generar el desplazamiento en el mercado de nuestros productos. Estos hechos, relacionados a la comercialización de alimentos, son demostrativos de la capacidad de acoplamiento de los productores a los mercados internacionales.

Es necesario ahora, en el desarrollo de la tesis, analizar el gasto que realizan los ecuatorianos en la adquisición de los alimentos y su relación con su ingreso mensual.

Dentro de la producción nacional de alimentos preparados resulta interesante observar el aumento de franquicias nacionales relacionadas con el mercado de alimentos, y como éstas han evolucionado, de ser un pequeño negocio de comida más o menos tradicional ecuatoriana hasta convertirse en licencias incluso de alcance internacional. Según datos de la revista Gestión (Oct., 2012) el restaurante “Yogurt Persa” es la primera franquicia ecuatoriana, fundada en 1998 este restaurante se caracteriza por la venta de yogurt con pan de yuca, actualmente posee 5 locales propios y 20 franquicias a nivel nacional. Otro ejemplo de esta índole es la “Parrilla de Homero”, cuyo dueño, Homero Vinueza, abrió su restaurante por primera vez en el año 2004 y en la actualidad ya tiene diferentes locales en varias ciudades del país y con franquicia nacional. Otra exitosa empresa de alimentos es la de “Los Cebiches de la Rumiñahui”, fundada en 1985 como negocio barrial de venta del típico ceviche manabita tiene en la actualidad locales en diferentes ciudades del país y, desde 2012, una sucursal bajo franquicia en Colombia; según el dueño de este local (citado en Meléndez 2012) el éxito del restaurante se debe no solo a la calidad de sus productos sino también al desarrollo de un menú dirigido a cumplir, satisfacer y buscar las nuevas necesidades de los clientes.

2.2.2 *Comparación de las Canastas Básicas de 1994-2004.*

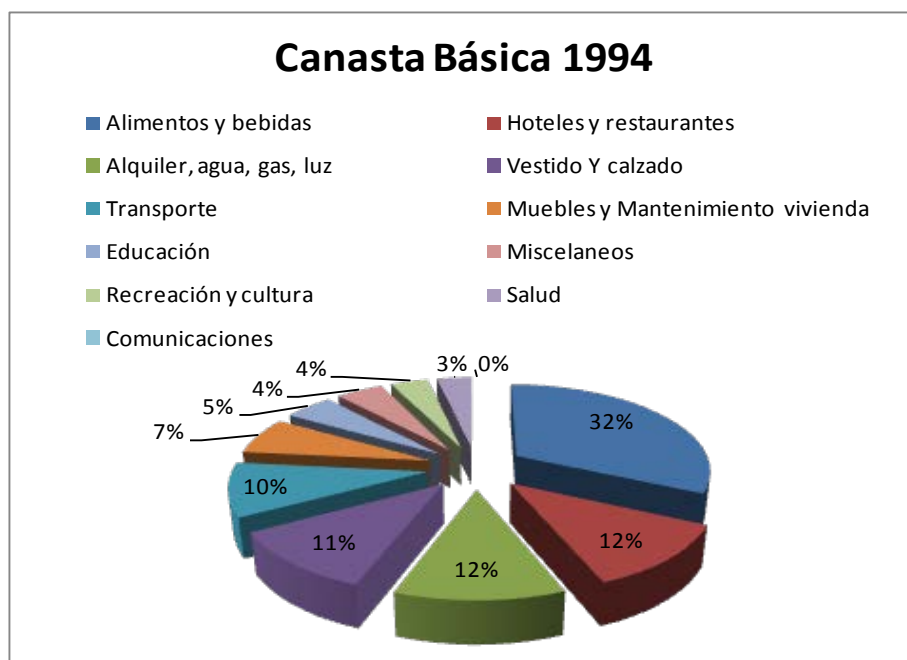
La Canasta Básica constituye el conjunto de bienes y servicios indispensables para que una familia de cuatro miembros con 1,6 personas percibiendo el salario mínimo vital satisfaga sus necesidades básicas, los bienes representan –según la teoría- el consumo habitual y representativo de preferencias de los consumidores. Los bienes que conforman la canasta básica familiar se han dividido en cuatro grupos: alimentos y bebidas; vivienda; indumentaria y, misceláneos. Sin embargo a partir de 1994 se crearon diez grupos obedeciendo a la nueva clasificación de gastos por consumo. En la actualidad la Canasta Básica Familiar consta de 14 grupos conformados, a su vez, por subgrupos con bienes y servicios afines con características representativas del consumo nacional. La Canasta Básica Familiar se diferencia en “básica” y “vital”, aunque las dos contemplan los mismos elementos, su diferencia obedece a la calidad y cantidad de los productos que la componen. Cada cinco años el INEC realiza una encuesta de ingresos y de gastos de las familias ecuatorianas a partir de la cual identifica: la estructura de consumo, los productos más consumidos por la población, y su ponderación dentro de la economía del hogar. De éstos se establece un listado de 450 productos de los que se seleccionan 299, que además de conformar la Canasta, son utilizados como base para el cálculo del Índice de Precios al Consumidor. Este proceso incluye la consulta directa o documental: el INEC procede a comprar 18% de los 299 productos seleccionados como los más recurrentes de consumo en mercados o tiendas, y consulta el precio del 82% restante a los ciudadanos a través de encuestas en ocho ciudades (Quito, Cuenca, Loja y Ambato, de la sierra; Guayaquil, Manta, Machala y Esmeraldas, de la costa) para realizar el cálculo del precio mensual de las dos canastas (básica y vital). El uso comparativo de esta información permite el cálculo de la inflación general.

Al analizar el comportamiento de los determinantes de la inflación, según los artículos y los precios establecidos por el IPC, el valor de la Canasta se incrementa básicamente por el aumento de precios en la sección de Alimentos y bebidas, en relación a su porcentaje de participación en el total de la misma.

Por otra parte, y dado que el fin de esta tesis es evaluar los cambios en los hábitos alimenticios de los ecuatorianos y su consideración como elemento de identidad cultural, parece pertinente analizar, en diferentes momentos, cuáles han sido los productos alimenticios que han representado el consumo habitual y más representativo de las preferencias de los consumidores, a través del estudio de los componentes de las dos últimas canastas básicas, y cuáles han sido sus cambios.

La Canasta Básica Familiar de 1994, que es la penúltima, costaba 361 dólares, considerando que el salario mínimo vital era 327.000 sucres o 143,79 dólares a la fecha (2274 sucres por dólar) (citado en INEC, 2012). En esta canasta básica se gastaba el mayor porcentaje del ingreso mensual en alimentos y bebidas no alcohólicas, seguido por el gasto ocasionado por el alquiler de la vivienda y en tercer lugar aquel provocado por el consumo en hoteles y restaurantes. La composición de la Canasta y la distribución del gasto por grupos de bienes y servicios se recogen en la Ilustración 2.

Ilustración 2. Estructura del gasto mensual de la Canasta Básica de 1994

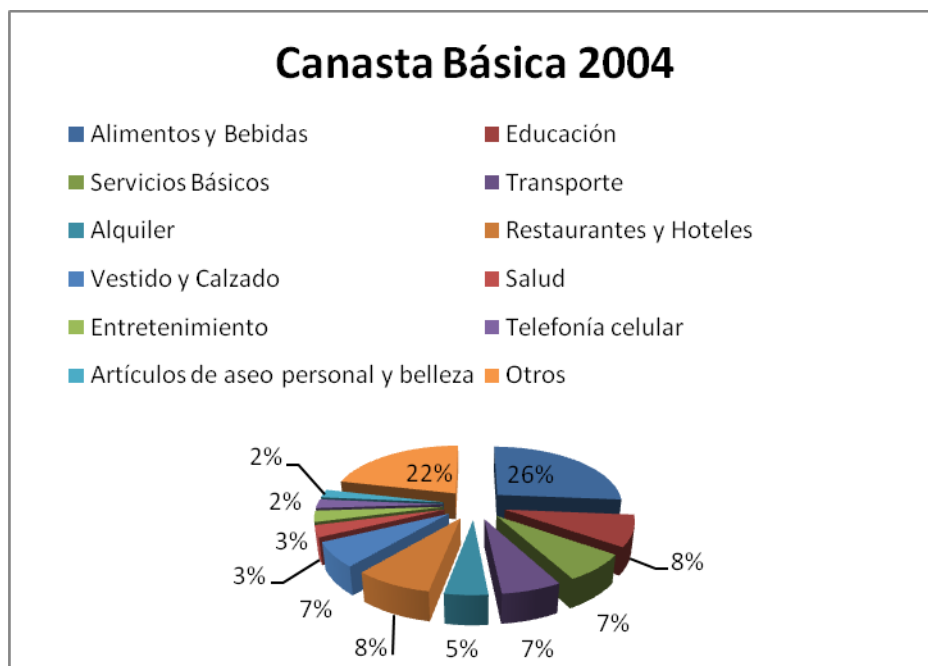


Fuente: INEC (2012).

Elaboración: Propia

Por otro lado, según datos del INEC (2012), el costo de la Canasta Básica familiar actual (establecida en 2004), es \$588,48, mientras que el de la Canasta Vital es de \$ 423,44, con un salario mínimo de \$290 mensuales (a esa fecha). Los 299 productos que conforman la canasta básica 2004, vigente hasta 2012, cubren 90 alimentos y bebidas no alcohólicas; tres rubros de bebidas alcohólicas; 47 de prendas de vestir y calzado para toda la familia; siete ítems de alojamiento, agua, electricidad, gas; además de atención médica, transportación, así como servicios de comunicaciones como uso de celular e internet; educación, recreación y cultura; y bienes y servicios diversos (Ilustración 3). Los 5 artículos más representativos de esa división y su impacto porcentual en el costo total de la canasta son: la leche pasteurizada (1.97%), el pan corriente (1.87%), las presas de pollo (1.62%), el arroz flor (1.60%) y la carne de res sin hueso (1.46%). Estos cinco representan entre ellos aproximadamente el 9% del IPC general, debido a su frecuencia elevada de consumo en las familias del Ecuador, aún sin importar su estrato, según lo reportado en la Encuesta de Presupuestos Familiares de 2004.

Ilustración 3. Estructura del gasto mensual de los hogares a nivel nacional.



Fuente: INEC (2012)

Elaboración: Propia

Padilla (2012) asegura que en el Ecuador, y a la fecha, el ingreso medio de una familia promedio no cubre el costo de la Canasta Básica Familiar, de forma tal que el grupo familiar vería insatisfecha sus necesidades vitales. El ingreso familiar mensual, calculado por el investigador en 545,07 dólares/mes, solo cubriría el 92,6% del costo de la canasta.

Como ya se ha señalado, en la Canasta Básica ecuatoriana un porcentaje importante de gasto del ingreso familiar es utilizado para la compra y consumo de alimentos. En el anexo 1 se detalla, en forma comparativa, los artículos de investigación de la Canasta Básica correspondientes a la división de Alimentos y Bebidas no Alcohólicas, utilizadas en el cálculo del IPC base 1994 y base 2004. El cotejo de estos ítems permite establecer que los elementos de mayor consumo a nivel nacional son: arroz, carne de res, pan, leche y pescado fresco. De la lista de productos alimentarios contemplados aquellos que determinan una porción mayor del gasto de la Canasta Básica, cuyos precios modifican el IPC son: tomate riñón, papa chola, pescado fresco, huevos, plátano y café; en relación a la frecuencia de consumo y a la variación de su precio.

A nivel general, dentro de la comparación de la metodología o construcción de la Canasta Familiar de 1994 con la del 2004, se observa como la primera Canasta toma en cuenta a los hogares urbanos y rurales de 12 ciudades del país, con exclusión de los hogares de ingresos más altos, y que las encuestas documentales y directas señalan a 197 artículos como los de mayor consumo en el país. La metodología de selección de los productos que componen la Canasta Básica del 2004 utiliza los resultados de entrevistas, no excluyentes de hogares, realizadas en 8 ciudades del país buscando garantizar una mejor representatividad a nivel nacional, en el proceso de obtener, a nivel macroeconómico, la ponderación del gasto en necesidades que satisfagan el bienestar de las familias ecuatorianas. También la Canasta Familiar del 2004 no aplica diferenciaciones socioeconómicas.

La Canasta de 2004, en comparación con la definida en 1994, permite algunas observaciones conclusivas en su componente de bebidas y alimentos:

a. Se diversifica el consumo de productos industriales que requieren procesos de elaboración previos a su consumo (galletas, embutidos, yogur).

b. Se incorporan alimentos derivados de especies animales y vegetales no contempladas previamente, admitiendo así que un porcentaje importante de la población accede a ellos (carne de cerdo, frutas de cultivo en medios ecológicos diversos).

c. Se amplía la variedad de derivados de productos alimenticios, asumiendo la diversificación para su consumo final: cortes específicos de carne (diferentes tipos de queso).

d. Se incorporan productos que debemos asumir se consumían también en 1994, pero no fueron considerados por una estructuración diferente de la Canasta (maíz, panela).

e. Se añaden productos que resultan de la adopción de modelos alimentarios no propios a la fecha inicial (bebidas gaseosas, papas fritas envasadas, pan baguette).

f. Se suman productos suntuarios utilizados en actividades de recreación (bombones, whisky) eliminando otros, sin que sea muy clara la interpretación el argumento para hacerlo (ron y vino), y se agrega el gasto provocado por la alimentación fuera de casa (restaurantes).

La composición de la Canasta Básica también varía entre las dos fechas en otros ítems: se anexan los de bienes y servicios relacionados con comunicación e información, tales como teléfonos celulares y acceso a internet, se modifica el gasto ocasionado por elementos lúdicos (se suprime el gasto en VHS y se agrega el provocado por viajes y TV pagada), y se incrementan gastos ocasionados por transporte y desplazamiento (gasolinas, estacionamientos). El gasto determinado por viajes y comida en restaurantes está

ponderado, al 2004, en 8% del gasto mensual, e implica una modificación de lo considerado en 1994 en la que representaba el 7%.

Las variaciones observadas entre las Canastas pueden interpretarse, al margen del reflejo de cambios en la concepción teórica de su estructura, como resultado de un proceso de “modernización” de la sociedad ecuatoriana, de la incorporación de tecnologías a la cotidianidad, y de la expansión del consumo por mecanismos de mercadeo o de asunción de conductas culturales no nativas, elementos presentes ahora tanto en el área urbana como en la rural. Además se observa que el ingreso económico, mayor en el periodo del 2004, permite mayor gasto para cubrir las necesidades básicas del bienestar.

Como se analizó en el primer capítulo, el consumo de alimentos y los hábitos alimenticios dependen de ciertos determinantes, entre ellos, los económicos y ecológicos (entendido como el hábitat en el que se ubique el grupo social), que determinan las características que permiten la obtención y consumo de diferentes productos. Procesos ligados a estos determinantes son la urbanización de la población y la industrialización de las ciudades como contrapartida a la permanencia en la ruralidad; estos procesos provocarían también comportamientos diferenciales en los hábitos de alimentación. Al analizar las cifras del INEC 2012, dentro del gasto mensual en productos alimenticios tiene un peso porcentual mayor en los hogares rurales el consumo de arroz, mientras que en la zona urbana lo es la carne de res. De igual forma dentro de las zonas urbanas prima en el gasto el consumo de leche sobre el de papa. Estas diferencias de consumo entre las zonas rurales y urbanas obedecerían a diferentes modos de vida, niveles de ingreso y de gasto en cada una de las áreas, y a los diferentes determinantes de los hábitos alimenticios en ellas. Cabría preguntarse si la ponderación en primer lugar del gasto en carne de res en la ciudad y no en el área rural obedece a que en el segundo caso su consumo es menor (o aún hasta excepcional) frente al urbano.

Tabla 8. Gasto mensual de consumo por principales productos alimenticios a nivel nacional.

Nacional		Urbano		Rural	
Arroz	6,5%	Carne de res	6,3%	Arroz	8,8%
Carne de res	6,3%	Leche líquida	6,2%	Carne de res	6,2%
Pan	5,8%	Pan	6,2%	Pan	4,9%
Leche líquida	5,4%	Arroz	5,7%	Pescado fresco	3,7%
Pescado fresco	4,2%	Pescado fresco	4,4%	Papa	3,5%
Pollo entero	4,1%	Pollo entero	4,4%	Queso	3,5%
Presas de pollo	3,9%	Presas de pollo	4,2%	Aceite Vegetal	3,5%
Queso	3,5%	Queso	3,5%	Azúcar	3,3%
Papa	2,9%	Papa	2,6%	Presas de Pollo	3,2%
Aceite vegetal	2,5%	Gaseosas	2,5%	Leche líquida	3,1%
Gaseosas	2,4%	Huevos de gallina	2,2%	Pollo entero	3,1%
Azúcar	2,4%	Aceite vegetal	2,1%	Carne de choncho	2,5%
Huevos de gallina	2,1%	Azúcar	2,1%	Sardinas y atún	2,4%
Carne de choncho	1,9%	Yogurt	1,9%	Gaseosas	2,2%
Sardinas y atún	1,9%	Carne de choncho	1,7%	Fideos	2,0%
Yogurt	1,6%	Sardinas y atún	1,7%	Tomate riñón	1,8%
Tomate riñón	1,6%	Tomate riñón	1,5%	Huevos de gallina	1,8%
Manzana	1,3%	Agua sin gas	1,4%	Cebolla Paiteña	1,6%
Cebolla paiteña	1,3%	Manzana	1,4%	Avena	1,3%
Fideos	1,3%	Plátano verde	1,2%	Plátano verde	1,2%
Resto de productos	37,1%	Resto de productos	36,7%	Resto de productos	36,4%
Total gasto	100,0%	Total gasto	100,0%	Total gasto	100,0%

Fuente: INEC, ECV Quinta ronda. (2012)

Un estudio realizado por Pulso Ecuador (citado en Zambrano, 2010), que investiga las características del gasto de los ecuatorianos, señala que un 29% del ingreso se dedica a bebidas y alimentos. Este porcentaje de gasto se distribuye entre mercados, supermercados y tiendas de barrio como locales para adquirir los alimentos, siendo los más concurridos los mercados, a los que prefieren acudir un 40% de los consumidores, mientras que para la compra de bebidas no alcohólicas y alcohólicas la mayor preferencia, como lugar de adquisición, son las tiendas de barrio. El argumento presentado para esta preferencia por mercados y tiendas de barrio se basa en los supuestos bajos costos y la cercanía del hogar; cuantitativamente para el caso de las bebidas no alcohólicas es de un 44% y en el caso de las bebidas alcohólicas, 39%. El mismo estudio señala que el 70% de los hogares compra sus alimentos principalmente durante los fines de semana, porque suponen que los productos serán más frescos en esos días, mientras que el 30% restante de la población realiza sus compras día a día. Dentro del patrón de conducta familiar ecuatoriana, las cosas

que están ligadas al manejo y administración del hogar (de la “casa”) las siguen realizando las mujeres, la compra de alimentos se incluye en este proceso, comportamiento evidenciado con el dato –obtenido en la misma encuesta- que el 53% de madres de familia son las encargadas de hacerlo. Mientras que en el caso de las bebidas alcohólicas los encargados de realizar la compra son los padres o los hijos mayores de edad; la mayor preferencia, dentro de las bebidas alcohólicas, se señala por el whisky, el ron y el aguardiente, con una frecuencia de consumo de 3 a 1 vez por mes. El mismo estudio señala que las principales cadenas de comida rápida del Ecuador reportaban a 2012 un crecimiento del 15% en sus ventas. Según los ejecutivos de estas empresas en las ciudades de Quito y Guayaquil estas cadenas, además de tener éxito por sus especialidades: pollo, hamburguesa o pizza, están siendo reconocidas por sus menús más baratos, sus postres y cafeterías, como es el caso de McDonald’s.

La comprensión del proceso de cambio en los hábitos de alimentación podría ejemplificarse a través del estudio de la evolución del consumo de pan en la sociedad ecuatoriana y más específicamente en la quiteña. Una interpretación de este proceso señala algunos hechos: la introducción a mediados del siglo XVI del trigo desde España, el uso del mismo para la elaboración de harina y pan desde las primeras cosechas y su incorporación a las costumbres alimentarias de los sectores populares, sobre todo dentro de la urbe, inicialmente como un producto ligado al ritual ceremonial, y como símbolo de poder y prestigio por su costo mayor al de harina de maíz, mánchezica o papas, cuyo consumo se privilegiaba; desde esta perspectiva el aumento del precio del pan se utilizó como indicador del incremento del costo de la vida, posiblemente hasta 1960, cuando los Estados Unidos crean “Alianza para el Progreso”. Este programa, creado por el presidente Kennedy con un enunciado de ser un proyecto de ayuda social, política y económica para sustentar el desarrollo de América Latina y duramente criticado por la izquierda latinoamericana (Allende, 1967) como elemento publicitario y de dominación frente al triunfo del castrismo en Cuba, subsidió financieramente el acceso de la población a trigo, avena y cebada, y con ello, al abaratar su costo, indujo –de alguna manera- el cambio en la concepción del pan de trigo como elemento ritual o de prestigio social al de un alimento cotidiano habitual. Por otra parte, la vida en la ciudad, con menor disponibilidad de tiempo y dificultad de adquisición de ingredientes necesarios para la elaboración de preparaciones

tradicionales, acabó por inducir el consumo de pan, que no requiere procesamiento posterior y que representaría así, de alguna forma, un modelo de “fast food”.

Un estudio de Kingman y Cuvi (2009) sugiere que para 1937 los productos que más se consumían eran aquellos que contenían diferentes tipos de alimentos de producción nacional: harinas de cereales, de legumbres, legumbres verdes, tubérculos, panela y carne, productos con los que se lograba la sensación de saciedad, es decir de satisfacción del hambre con hartura, a un costo asequible para la economía popular. Para 1946, de acuerdo al mismo trabajo, el presidente Velasco Ibarra dispone que las fábricas organicen, para sus trabajadores, almacenes de productos de primera necesidad, que se denominan de artículos básicos “para consumo del pueblo” entre los que se incluía harinas de trigo y de cebada, arroz, manteca, fideos, chocolate, café, maíz, papas y menestras; el posible incremento del costo de estos productos provocaba en la ciudadanía el temor de pérdida de calidad de vida, dados su mayoritaria y alta frecuencia de consumo. En las décadas siguientes, con un mejor ingreso económico, es decir con mayores cantidades de dinero en el hogar y con el subsidio al trigo otorgado por el programa de Alianza para el Progreso (como ya se comentó), el hábito en el consumo de pan por una parte mayoritaria de la población varió hacia la cotidianidad, es decir que varió de producto ritual a diario, y además de mayor calidad. Si bien los productos indicados para 1946 siguen siendo utilizados, su frecuencia de uso es mucho menor siendo sustituidos por otros de mejor calidad y más elaborados. Las preparaciones y alimentos primarios ahora están sujetos a otro tipo de valores sociales, que sugieren una inversión en referencia al pan: ahora son rituales aquellos que antes eran cotidianos y viceversa.

El reporte de Kingman, referido a disposiciones del Municipio de Quito en 1937 – que de algún modo podría acercarse a una “canasta básica” para el área urbana de la ciudad- permite observar variaciones en relación a lo observado en 1994 y 2004, más que en cambios en los productos consumidos, en los patrones de alimentación alrededor de ellos. Algunos alimentos han adquirido importancia y status, mientras otros han sido transportados a la cotidianidad. Por ejemplo, en 1937 consumir cualquier producto de importación era símbolo de poder y prestigio, y por lo tanto casi inimaginable para porciones mayoritarias de la población; en 1994 la gente ya podía consumir productos del

extranjero al existir las facilidades comerciales para hacerlo, aunque significara un precio elevado para el presupuesto familiar; mientras que en el 2004, además de la notable facilidad para poder acceder a ese tipo de alimentos, se añade un costo proporcionalmente menor, lo que permite incorporarlos a la cotidianidad de los ecuatorianos. El comportamiento del uso de las harinas de maíz o granos demuestra un proceso contrario, pero confirma el cambio en los patrones de consumo: en 1937 el uso de esas harinas era cotidiano no solo por su preferencia al gusto, sino porque en ese momento eran una de las mayores ofertas del mercado alimentario. En la actualidad el consumo de este tipo de insumos disminuyó en forma significativa, bien porque adquirió, para algunos grupos poblacionales, un significado peyorativo, al considerarse como poco saludables, o por la adquisición de un sentido tradicional folclórico (los tamales de mote, por ejemplo), a más de disminuir su presencia en el mercado de alimentos o requerir tiempos prolongados de preparación de los que se carece.

Ya se ha señalado la evolución del consumo de pan: del ritualismo a la cotidianidad (algo menos en el área rural en la que se mantienen conductas culturales específicas). La forma de preparación del pan industrial también se ha modificado desde el pan de agua y el “huaco” (o injerto), al baguette nativo de Francia y al croissant de origen austriaco, el primero de ellos anexado a la lista de productos que componen la “Canasta Básica”, en claro reflejo del proceso de globalización en el actuar cotidiano. Por último, y en relación al caso del pan, se deben señalar dos comportamientos que permiten la comprensión de los cambios y persistencia de patrones de alimentación rituales: el consumo de las “guaguas” de pan, propias de Finados, y el de Pascua en la fecha correspondiente.

2.3 Investigación

La exposición, en los capítulos precedentes, del concepto y evolución del proceso de globalización permite concluir que éste ha logrado una extensión casi universal y que involucra, a más de las condiciones de mercado, a prácticas representativas de elementos específicos de las culturas, como son los hábitos de alimentación.

Para obtener información calificada sobre los hábitos alimenticios de los ecuatorianos y sobretodo de los jóvenes, se procedió a realizar entrevistas a personajes conocedores e interesados en el tema: Julio Pazos, Patricio Moncayo, Edgar León y Javier Cárdenas. Cada uno de ellos especializado ya sea por interés o carrera en la gastronomía ecuatoriana. Además se realizó un grupo focal con la participación de tres estudiantes de la Universidad Católica y cuatro de la Universidad Central.

2.3.1 Entrevistas a Expertos

Patricio Moncayo (Ver Anexo 6, entrevista), catedrático de la Escuela de Hotelería y Turismo de la PUCE, coincide con lo planteado en la disertación. Afirma que la cocina es uno de los hábitos culturales más fuertes de una sociedad, dado que constituye una práctica diaria. Él señala que los sabores y el agrado o repulsión por ellos son desarrollados a partir del contexto cultural de la persona y de la sociedad donde crezca, es por este motivo que, aunque en gran parte de América Latina –sobre todo en el área andina- se producen casi los mismos productos alimenticios. Según Moncayo “las diferencias están en el modo de preparación, la sazón, y su contexto social, como elemento que conforma una expresión cultural”. (Moncayo, Comunicación personal, Febrero, 2013).

Edgar León, chef ecuatoriano y escritor de gastronomía ecuatoriana (Ver Anexo 6, entrevistas) afirma que: “nuestras cocinas son parentales, adoptables y adaptables. Las cocinas parentales fueron mantenidas a través de la historia, una identidad en base a lo que ellos tiene como herencia. La identidad cultural es el desarrollo de la sazón”. (León, Comunicación personal, Febrero, 2013). Es por ello que los ecuatorianos se sienten pertenecientes a una identidad cultural a través de sus hábitos alimenticios. Esta identidad es reafirmada por la ampliación del conocimiento de la forma de elaboración y sazón de los alimentos. Julio Pazos (Ver Anexo 6 entrevistas) chef y escritor de la cultura gastronómica ecuatoriana, asegura que en el Ecuador existe una identidad cultural viva y representativa, como tal, de las prácticas sociales. Esa identidad cultural tendría su expresión en los hábitos alimenticios, prueba de ello sería la elaboración de platos tradicionales por los emigrantes ecuatorianos a diferentes países. Asegura también que:

Un plato siempre es una estructura, no es un ingrediente y hasta diría que no es la suma de ingredientes, sino es la estructura, la construcción de varios factores. Como en toda estructura hay elementos que entran y otros que salen y que hay unos que no pueden moverse por que se perdería la estructura, a los factores que me refiero para construir un plato son técnicas, componentes, oportunidad del calendario, ritual o agrario. (Pazos, Comunicación personal, Marzo, 2013)

Moncayo responde que la selección de productos que definen los hábitos alimenticios de los ecuatorianos varía según una serie de determinantes: educación, edad, status y región de origen o residencia de la persona. Por estas razones la cultura ecuatoriana alimentaria siempre va a estar determinada por la ingesta de maíz, fréjol, arvejas, papas, las frutas de temporada, en la sierra; y plátano verde, yuca y productos del mar, en la costa. Según Moncayo y Pazos el factor regional sería el principal determinante dentro de los hábitos alimenticios de los ecuatorianos, ya que “la gente consume lo que le da la Pacha mama”. Por otra parte el chef Edgar León afirma que en la zona latinoamericana existen alimentos únicos que podrían asegurar un aporte nutricional adecuado al poseer, esos productos amerindios, las proteínas vegetales más completas del planeta. Afirma también que las sopas ecuatorianas, al igual que los ajíes, son platos que están siendo reconocidos internacionalmente gracias al proceso de globalización, que también está ampliando la exportación de productos alimenticios de origen ecuatoriano: camarón, palmito y pulpas de fruta. Pazos señala que la fanesca podría considerarse el plato ícono de la identidad ecuatoriana, aquel que marca la diferencia con países de la región que producen similares ingredientes, con un componente histórico por su consumo desde la etapa de la Audiencia de Quito. Se podría otorgar una característica similar al muchín de yuca y al viche en la región litoral, si bien éstos son de poca expansión en la región andina.

El docente Moncayo afirma que la comida tradicional ecuatoriana no es una comida esquematizada o registrada en parámetros de restaurantes, como pasa en México o Perú, sino que es una gastronomía cambiante. La comida tradicional ecuatoriana es preparada e ingerida en el hogar, en fechas especiales, cuando se dispone de mayor cantidad de tiempo para su preparación y consumo familiar en el hogar. Nuestra gastronomía, según términos del entrevistado, se define “por necesidad, costumbre y hábito”. Opina que la

espontaneidad de la comida ecuatoriana se debe a la pobreza que el país sufrió durante sus primeros años de formación, cuando se comía lo que se disponía, por este motivo esa cocina no fue motivo de estudio y no es fácil encontrar bibliografía de los hábitos o de la gastronomía ecuatoriana. En este punto Javier Cárdenas (Ver Anexo, 6, entrevista), chef y administrados del reconocido restaurante “La Choza”, afirma que a la comida ecuatoriana - en comparación con la comida peruana o mexicana- todavía le falta reconocimiento internacional; esta falta de reconocimiento podría obedecer a que en el Ecuador no existe, un plato típico nacional ícono, como en el Perú podría ser el ceviche y en México los tacos o las enchiladas.

Aunque Ecuador no tenga una cocina reconocida internacionalmente, León asevera que ciertos de sus productos culinarios son utilizados en el exterior y que, cada vez más, se están formando chefs que buscan la preservación de los sabores tradicionales, mostrándose orgullosos de sus raíces. El mismo entrevistado mantiene que, en el aspecto gastronómico, debemos asimilar ciertas tendencias mundiales para que los platos ecuatorianos alcancen un nivel internacional, tales la estética, porciones y elaboración saludable, que refuercen nuestra identidad cultural a través de ellos y la ritualidad que los rodea. Pazos concuerda con estos puntos, pero como un boom de aparición reciente. Comenta que en una última investigación realizada a través de visitas de campo, analizó la distribución proporcional de los espacios de los mercados de Quito:

Fui al mercado de Ñaquito, de Santa Clara, al Mercado Central, mercado de San Roque, al mercado de Quitumbe, el resultado fue interesante, porque la comida fast food tenía unos espacios dentro de los mercados, pero pequeños. La mayor parte del mercado no era comida fast food, era comida tradicional, en cambio hamburguesas con coca cola y la venta de combos era un espacio pequeño y separado del resto. (Pazos, Comunicación personal, Marzo, 2013).

En la cocina tradicional y en las prácticas ancestrales alrededor de ella, se incluye el proceso de adquisición de los productos, que habitualmente se lo hacía en los mercados. Moncayo afirma que los ecuatorianos, sobre todo de clase alta urbana han abandonado estas prácticas por comodidad, y aunque se siga ingiriendo, por ejemplo, el mismo plato de arroz con frejol, “ya todo sabe igual, el frejol antes se pelaba, se dejaba toda la noche para que se ablande, le pone hierba buena para que le dé el sabor y una papa para que espese y

no quede salado, mientras que el lata ya no juegan los sabores solo la rapidez”. (Moncayo, Comunicación personal, Febrero, 2013) Responde así a la lógica de un estilo de vida moderno, con tecnificación de la comida, pero prima todavía el gusto por la comida cotidiana ecuatoriana: se puede perder la tradición en cuanto a las formas de preparación o los rituales alrededor ella, pero se persiste en el gusto por “lo ecuatoriano”. En cuanto al proceso de adquisición de los productos, el punto de vista de Cárdenas discrepa del de Moncayo, él afirma que: “nunca se van a acabar los mercados, porque a los mercados la gente va siempre, los martes y viernes, en el mayorista (el mercado) es feria y es repleto; esa práctica nunca se va a perder, es de nosotros”. (Moncayo, Comunicación personal, Febrero, 2013).

Moncayo dice además que la sociedad ecuatoriana, al tener un carácter mestizo no asumido como integrador, todavía mantiene prácticas de “blanqueamiento” o usos que niegan sus raíces indígenas en el intento de acceder a un supuesto status superior; esta circunstancia también se refleja en la comida. Como ejemplo cita que muchos ciudadanos ecuatorianos niegan comer fritada, aunque lo hacen en forma habitual, la negativa en este caso busca mantener un status de reconocimiento social. La misma interpretación de un hábito alimentario como generador de status, se aplicaría a la práctica de salir a comer a restaurantes, sobre todo los fines de semana. Pazos y León concuerdan en la apreciación de que sí existe diferenciación de los hábitos alimenticios entre clases sociales, que esta diferencia consistiría en su forma de presentación, y que son las clases bajas las que mantienen la ritualidad y la herencia de ciertos platos tradicionales. Para Pazos esta diferenciación nace desde la colonia, cuando se renegaba de las costumbres indígenas a favor del aprovechamiento de algunos de los alimentos españoles, como el cerdo, productos de horticultura y granos por la población nativa, para terminar formando un elemento cultural de mestizaje. En la actualidad no existe una negación absoluta de la comida de raíces indígenas, además la variedad de preparaciones alimenticias se asemejan entre las diferentes clases sociales, si bien existe en ellas variación en cantidad y calidad. León cree que: la comida cotidiana en el Ecuador depende prioritariamente del factor económico y de la oferta presente en el lugar de consumo, en tanto la comida tradicional no depende de ninguno de estos factores, sino netamente del valor que posea el plato en un momento determinado y de su historia de permanencia en el tiempo, de esta manera la

tradición termina siendo ocasional y diferente a lo cotidiano. Por otra parte, para León y Pazos, no existe diferencia entre la comida tradicional o cotidiana en cuanto a la selección de ciertos platos que, siendo tradicionales, tienen una frecuencia de consumo casi diaria. La diferencia radicaría en la forma de elaboración y en los ingredientes utilizados, por ejemplo, “el loco en su forma tradicional se lo prepara con mucha leche y queso, mientras la receta del plato para consumo cotidiano es más ligera”. (Pazos, Comunicación personal, Marzo, 2013), de acuerdo al chef. Según Pazos, la comida típica ecuatoriana de “alta cocina” salió del hogar a los restaurantes y se pretende que llegue al mundo.

Patricio Moncayo y Javier Cárdenas afirman que en el caso de los jóvenes es diferente, sobre todo en su cotidianidad. Este grupo etario funciona según su horario laboral o su esquema diario, y el tiempo dedicado a la comida responde a esta cotidianidad, aunque sí se marca una preferencia por las comidas rápidas ecuatorianas como el mote con chicharrón o los chochos con chulpi, no siempre prima este interés, ya que lo que buscan es alimentarse de forma breve y barata. Los jóvenes, al estar construyendo su personalidad y su espacio dentro de la sociedad, también observan el status como determinante en el momento de escoger la comida, sobre todo cuando están acompañados por otra persona, momento en el cual tiene preferencia el “fast food” sobre la comida ecuatoriana, aunque se consuma en un restaurante o se adquiera en la calle, desplazando preparaciones como la tripa mishqui o el chocho con chulpi. En referencia a la comida rápida Cárdenas asintió en la entrevista que los ecuatorianos todavía no han sido involucrados totalmente en el modelo “fast food”, entendido como el consumo cotidiano de hamburguesas, pizzas o hot-dogs de franquicias internacionales, pero que sí se observa la presencia de la globalización alimentaria en el consumo de los productos congelados o pre cocidos “Cada vez es mayor en los Santamaría, en los Supermaxis, ya no hay mucha refrigeración, comienza a haber más congelación. Tú sacas del congelador, le hierves y en cinco minutos está listo. Entonces cada vez hay más aceptación, nuevas cosas congeladas”. (Cárdenas, Comunicación personal, Marzo, 2013)

En referencia a la actitud de los jóvenes, León afirma que ellos tienen una predisposición mayor a probar platos y preparaciones diferentes a las nacionales, al acceder a mayor información sobre patrones culturales y tener mayor capacidad de

movilidad propia del momento actual. Además observa que en este grupo etario es sumamente importante el entorno social, mencionando como ejemplo el comportamiento en el grupo universitario, en éste la selección del menú obedecerá al que adopte el entorno social, selección que será válida tanto para una hamburguesa como para una comida tradicional. León asevera:

Casi ningún ecuatoriano deja de comer mote, maíz, papa o verde en cualquiera de sus preparaciones. Un ejemplo de esto son los migrantes, cuando ellos salen por más que coman jamón serrano en España lo que más quieren es un caldo de patas y mote pillo cuando regresan, porque la nostalgia está en sus genes. Entonces la nostalgia de los sabores lleva a que las personas tengan en sí una identidad aunque no la vuelvan a habitar. (León, Comunicación personal, Febrero, 2013).

Pazos afirma que el movimiento de personas conlleva el de sus hábitos alimenticios y con ellos el del conocimiento de los ingredientes de la comida tradicional y que, ante la dificultad o imposibilidad de adquirirlos, se desarrolla la añoranza de la sazón, aún entre los jóvenes migrantes, coincidiendo con el comentario de León. Este último entrevistado amplía el argumento señalando que: “los jóvenes, al tener la posibilidad de probar más sabores, desarrollan esa nostalgia de la sazón permitiendo, por su interacción con la sociedad a la que arriban, la universalización y el conocimiento de los sabores y recetas de los ecuatorianos en el exterior”. (León, Comunicación personal, Febrero, 2013). Pazos afirma que los hábitos alimenticios de los jóvenes vienen también definidos, en forma prioritaria, por su capacidad económica y el proceso cultural educativo no formal que recibieron: si el entorno familiar devalúa la comida tradicional, despojándola de contenido afectivo o ritual y transformándola solo en elemento nutricional, el joven la aceptará como tal; igual que adoptará como identidad cultural aquellos hábitos alimenticios de contenido afectivo o ritual si han sido educados en ello, aunque estén más cerca de la comida prefabricada universal.

Moncayo afirma que si bien existen cambios sustanciales en la cocina nacional, en su elaboración y socialización que existen alrededor de ella, e incluso en su sazón por los productos en conserva que se consumen ahora, se identifica y se consume en la actualidad una comida que puede calificarse de “ecuatoriana”. Su opinión es que existe una apetencia

y apego especiales por la comida nacional y que se conserva y revaloriza su consumo por razones de práctica cultural. Moncayo también identifica la presencia de categorías de comida (cotidiana, fiesta y caprichos) como Pazos o Carrillo. Y mantiene que es sobre todo la comida de fiestas o de ritualidad la que se sigue manteniendo y practicando dentro de la cultura ecuatoriana. Mientras que la comida cotidiana varía en respuesta a la lógica moderna y al poco tiempo de preparación que se dispone para ella.

Javier Cárdenas afirma que aunque no exista un único plato típico ecuatoriano, en el país se tiene una identidad cultural relacionada con sus hábitos alimenticios y sus platos, y que a partir de ese hecho se deberían dirigir esfuerzos para ubicar a la gastronomía ecuatoriana como elemento del patrimonio cultural. En su restaurante, La Choza, Cárdenas mantiene la carta de comida típica ecuatoriana, sobre todo la de la Sierra, y afirma que los fines de semana el restaurante tiene elevados índices de ocupación y demanda, hecho que confirmaría su aserto de la relación entre hábitos alimenticios e identidad cultural.

En el aspecto de la globalización León considera que el proceso permitió aceptar y asimilar las cocinas del mundo

Llegaron las cocinas del mundo, lo cual, a mí, no me parece nada mal, sino que nuestro cerebro (se) amplió. Cuando vino la cocina chatarra, cuando vino la nouvelle cocine y ahora la cocina molecular, nosotros la aceptamos. Cuando la globalización llega a ser un aporte para ampliar la cultura, es excelente, cuando viene a invadir y a reemplazar es un asalto, una agresión a las raíces. (León, Comunicación personal, Febrero, 2013).

Por este motivo él rechaza la idea de observar a la globalización solo como un proceso devastador e invasor de la cultura de los pueblos. Como resultado esperado de la globalización en la gastronomía de las regiones debe existir la fusión de productos de distinto origen con diferentes métodos de cocción para lograr la creación de un plato. León asegura además que América Latina es en este momento el proveedor de las nuevas tendencias del mundo culinario. Pazos en este sentido señala que la posibilidad de probar cocinas del mundo no significa el rechazo a la identidad o a la cocina nacional, sino que esta práctica busca la identificación de un gusto individual que se desarrolla bajo diferentes

estímulos, unos hereditarios y aprehendidos y otros adaptados, de esta manera los platos de cocinas extranjeras se aceptan y el paladar nacional se adapta a estos nuevos sabores.

Al referirse a la globalización Pazos asegura que ésta no se refiere exclusivamente al movimiento de capital y a la expansión de transnacionales visibles en la actualidad, sino que este proceso se inició tiempo atrás. El proceso es evidente en la conquista de los pueblos del Nuevo Mundo, ésta no implicó solamente la imposición de modelos políticos y sociales por la fuerza de las armas, sino también de prácticas culturales, como la religión y los hábitos alimenticios, por el desarrollo de nuevos modelos de sociedad. El sometimiento cultural se descubre en la introducción en el área ecuatoriana, por los españoles, del trigo, el arroz o los fideos. Sin embargo, en la actualidad, según Pazos, se está evidenciando la interacción contraria, es decir el aporte de productos originarios de América a la cocina mundial, por ejemplo el aporte de la papa, maíz, tomate o pimentón como productos base para la elaboración de otros modelos gastronómicos. Afirma que la globalización de productos alimentarios debe observarse desde dos perspectivas:

Una dañina, la que atenta contra los pequeños pueblos, la que trata de homogenizar para tener más mercado, y la que tiene que ver no solo con platos de la alta cocina de cada país, sino con fast food, comida chatarra. Es la parte negativa porque tiene que ver con asuntos de dinero, de riqueza, que eso es lo que hace que las cosas tengan sus manejos especiales, porque el poder de las transnacionales que no son de ningún país es llenar de dinero los bancos para gente que no se siente identificado con nadie, ni con niños ni con viejos ni con enfermos ni sanos, ni con ningún país, es solamente adquirir más dinero, para sus vicios y comodidades, eso es una de las características de la globalización de hoy. En otro sentido la globalización sería positiva: (permite) conocer los pueblos de los diferentes continentes. El ser humano es de curiosidad insaciable, de espíritu aventurero, de investigación y va a todas partes, y entra en dialogo con todas partes, da y recibe, ese es el significado positivo, cómo poner la tecnología a servicio del conocimiento, es muy bueno. (Pazos, Comunicación personal, Marzo, 2013).

El entrevistado cree que el consumo de “fast food” ha proliferado en las zonas urbanas como resultado de su abaratamiento, del impacto local de la globalización y el incremento poblacional. Sin embargo niega la presencia de productos globales dentro de la comida ecuatoriana.

2.3.2 *Grupo Focal*

Para que la disertación incorpore una visión directa se procedió a realizar un grupo focal, como técnica cualitativa utilizada en las ciencias sociales. La metodología de grupo focal, sirve para obtener información sobre un grupo poblacional en concreto y un tema específico, de esta manera se tiene una mejor concepción de la opinión del grupo estudiado. La muestra seleccionada para el grupo focal se puede definir como no probabilística, intencional, de fácil acceso. Es decir, una muestra dirigida, elegida no por su contingencia estadística sino por la satisfacción de algunas condiciones como la accesibilidad a las personas que van a formar el grupo focal, la opinión del moderador o la comodidad y circunstancias para escoger a los miembros. El proceso de selección del grupo son mecanismos informales, lo que hace que no tenga una representación total de la población; sin embargo, aunque no posea esta representatividad, son recomendadas como técnicas para estudios de caso dirigidos a grupos y propósitos muy específicos, como el presente. La realización del grupo focal en el presente trabajo, buscó la identificación de actitudes y opiniones de los jóvenes sobre los hábitos alimenticios en el Ecuador a través del diálogo y el análisis del discurso de las respuestas dadas. Los resultados se interpretaron como elemento testimonial, sin significación estadística, solo de guía y respaldo de la argumentación expuesta.

La sesión del grupo focal duró aproximadamente dos horas, para la realización de la misma previamente se elaboró un guión de los objetivos y preguntas principales que debían surgir dentro del diálogo. El grupo focal se conformó por un grupo de 7 estudiantes de la ciudad de Quito de la Universidad Central y de la Pontificia Universidad Católica, de diferentes carreras, constituida por hombres y mujeres de entre 23 y 26 años de edad. Se escogió al grupo focal bajo parámetros de opinión y circunstancias propias, la selección fue casual pero se trató que los sujetos sean homogéneos en los criterios que se necesitaban para la estructuración del grupo focal: rango de edad, nivel educativo, frecuencia constante de consumo de alimentos en diferentes lugares, capacidad de diálogo y de transmisión de información de calidad.

Los resultados de la investigación del grupo focal, con estudiantes universitarios sobre hábitos alimentarios (Anexo 4 y 5), indican la permanencia de prácticas tradicionales en momentos de significación identitaria mayor, algunos de ellos de contenido ritual (por ejemplo el consumo en el entorno familiar de fanesca en Semana Santa, de la colada morada en Finados, de pristiños con miel en Navidad); y su sustitución por prácticas extrañas a esa tradición en muchos momentos de la cotidianidad (consumo de comida rápida, de bajo costo, y de oferta mayoritaria o de fácil preparación, sobre todo en el tiempo entre jornadas laborales o de estudio). Es así como sí se evidencia, dentro del grupo focal, la diferenciación entre los hábitos alimenticios propios de la comida cotidiana y aquellos que podrían asimilarse a la comida ritual; y la variación de los determinantes para el consumo de cada una de ellas. En la comida cotidiana, como elementos prioritarios a la hora de escoger lo que se consume se identifican disponibilidad de tiempo y oferta de preparaciones en el lugar de alimentación; en segundo lugar el precio del menú y ya, en lugares secundarios, el gusto, la tradición y la educación nutricional, en orden respectivo.

Los estudiantes del grupo focal afirmaron que sus hábitos alimenticios se han visto alterados en los últimos años como resultado de su ingreso a la universidad y la modificación de sus horarios, con disminución del tiempo de ocio y alimentación. Estos cambios determinan que con cada vez mayor frecuencia las comidas se realicen fuera del hogar. Aún más, señalan que en éste la forma de preparación también varió: ahora toma menor tiempo y se incorporan como ingredientes de uso frecuente productos congelados o precocinados.

Por otro lado, en la comida de significación ritual o identitaria, el determinante de mayor peso entre los jóvenes entrevistados es la tradición y gusto por lo que se prepare, seguido de la disposición de la comida en el hogar, y finalmente el precio. Así se observa cómo, aunque dentro de la cotidianidad la disponibilidad de tiempo y el precio es el primer determinante a la hora de escoger lo que se consume, en los platos tradicionales o de mayor significación de pertenencia a una sociedad, prima la costumbre o la cultura, sobre el precio.

Los lugares de alimentación elegidos por el mayor número de los jóvenes entrevistados, y con la mayor frecuencia, son restaurantes o comedores situados en las cercanías de la universidad donde estudian, selección obligada por el poco tiempo disponible para la preparación de la comida por sí mismos o el desplazamiento hasta el hogar. Estas últimas circunstancias solo pueden satisfacerse en dos a tres días laborables. Además, aunque almuercen en restaurantes, predomina en su selección lo que identifican como comida habitual o típica, concordando esas respuestas, con la opinión de Carrillo (1996) de que la comida tradicional no hace referencia exclusivamente a la relacionada con fiestas rituales sino también a su frecuencia de consumo (se asimilaría el significado de “costumbre” a la de “típica” y a la de “tradición”). Durante la realización del grupo focal los estudiantes afirmaron consumir diariamente menús estructurados a base de sopa, arroz y jugos de diferentes frutas, que conforman un patrón de “comida típica cotidiana”, en la que predomina el consumo de arroz, menestras de granos y papas, y con menor frecuencia de mote y yuca. La selección de este tipo de menú, a más de la preferencia por su sabor, es obligada al ser la que ofrece el restaurante o comedor.

En el grupo focal llama la atención la preferencia, en la cotidianidad y cuando no se consume el menú, por preparaciones de comida tradicional: ceviche, llapingachos, encebollado, sobre la oferta de “fast food”. En los días festivos se incrementa el consumo de comida típica y tradicional, con su componente ritual y de sociabilización en torno a la familia. En este sentido también se planteó cuál es el menú, como momentos ejemplares de predominio de la comida ritual familiar, de la cena de Nochebuena y Nochevieja, así como de la comida en Semana Santa y en Difuntos. Para las primeras fiestas, el mayor número afirmó que se reúnen con sus familias y consumen pavo, arroz relleno, dulces y pristiños. El mayor número afirmó también que en Semana Santa consumen fanesca y en Día de Difuntos colada morada y guaguas de pan, ya sea en su casa o en la de algún familiar. Esto respalda la hipótesis de que, en momentos de mayor significado de identidad cultural, los jóvenes ecuatorianos siguen manteniendo sus costumbres y hábitos alimenticios que los distingue de otras sociedades y culturas.

La opinión mayoritaria del grupo de estudiantes universitarios fue la de considerar como elemento de identidad nacional a los hábitos alimenticios, adquiridos por transmisión

oral entre generaciones y como reflejo de su cultura, que establecerían la pertenencia a una sociedad determinada. Quienes han viajado por corto tiempo fuera del país opinan también que es la sazón y la forma de aderezar los platos lo que distingue a la gastronomía ecuatoriana de otras de la región; y quienes lo han hecho por plazos mayores a un año, manifiestan ese “sentimiento de añoranza” que señaló León.

En referencia al “fast food” los estudiantes afirmaron que una de las cosas que más le gusta de ella es el sabor, aunque no la conciben como una comida de diario y menos aún, sana. La mayoría afirmó que el “fast food” tiene poca importancia dentro de su vida, ya que no contiene ninguna ritualidad o valor cultural, a pesar de la frecuencia de consumo dos o tres veces por semana, debido a su rápido acceso y su bajo precio. Los jóvenes afirmaron que las comidas rápidas que más les gustan y más consumen son las hamburguesas, papas fritas, pizza y chaulafán y de preferencia de McDonald’s y Pizza Hut, aunque también afirmaron que las consumen en restaurantes que no son específicamente de venta de “fast food”.

Por otro lado, en referencia a la comida tradicional nacional, los jóvenes afirmaron que consumen loco, sancocho, churrasco, papas con cuero, ceviche y fritada mínimo por dos veces/semana, indistintamente de su sitio de preparación: restaurantes, hogar o ventas ambulantes en la calle.

Así podemos establecer que los jóvenes, a pesar de probar y consumir los productos nuevos, conservan su apetencia por platos típicos tradicionales o cotidianos, gracias a la herencia y a la construcción social a la que han sido acostumbrados. Se puede considerar, de acuerdo a las entrevistas efectuadas a jóvenes universitarios, que no existe rechazo al “fast food”, aunque la preferencia diaria habitual de consumo es la de una comida estructurada a base de un plato de sopa, un segundo plato con arroz y, como bebida, jugo de fruta. Su percepción de la comida típica es la de viandas sabrosas y de alto valor, aunque no siempre muy saludables, y como algo propio de su cultura, pero no como elemento de consumo diario. El “fast food” es mencionado como una comida de “capricho” o propia de un día especial, no porque no guste, en cuanto a sabor, sino que se la rechaza por el precio y como algo poco sano para el consumo diario.

CONCLUSIONES

La presente disertación se fundamenta en la percepción inicial de que el consumo alimentario, expresado como “hábitos de alimentación”, supera la concepción de práctica biológica que busca únicamente la sobrevivencia del ser humano, y adquiere características que lo permiten calificar como un elemento de identidad cultural. Además que la alimentación, al ser una práctica diaria de los individuos, tiende a ser vulnerable y está sujeta a cambios que responden a las necesidades sugeridas por factores externos.

El otro fundamento de la disertación es la aceptación del concepto de “globalización”, no solo como la carencia o desaparición de las restricciones en el comercio entre estados en beneficio de empresas transnacionales y de la concentración y centralización del capital, que rompe el concepto de estado-nación y sociedad nacional; sino como un proceso de interacción mundial dirigido por los intereses comerciales de las transnacionales que afectando elementos de identidad, espacios, situaciones, comunicaciones y procesos sociales, induce un sentido de desamparo social, pérdida cultural, o adopción de un modelo único que se puede entender como estandarización. Sin embargo, también se considera que con la globalización nace el derecho a la diferenciación entre culturas a través del reconocimiento y reforzamiento de la propia, y de la negación de los elementos de otras culturas.

Se conceptúan tanto los hábitos alimenticios como las conductas sociales de un grupo poblacional específico, relacionadas con la alimentación. Estas conductas encierran tres prácticas: la forma de nutrirse, los mecanismos y oportunidades de acceso a los productos a ser consumidos, y la forma de cocción de los mismos, conectados todos con las prácticas culturales del contexto socioeconómico. Dado que los humanos son seres sociales, sus prácticas alimenticias se construyen desde el nacimiento en un proceso que, iniciándose en el entorno familiar, adquiere en forma progresiva contenido cultural, y en el que intervienen el entorno social, el acceso a la información, el desarrollo de identidad individual y grupal, y la adopción de usos o modas en vigencia en la propia o diferentes sociedades.

Se identificaron como determinantes de los hábitos de alimentación, es decir del qué, cómo, cuándo y por qué se come lo que se come, elementos fisiológicos y psicológicos, ecológicos, culturales y de educación, económicos y aquellos relacionados como un todo con los procesos de urbanización e industrialización. Aquellos fisiológicos se refieren a la construcción orgánica del individuo y su capacidad de asimilación biológica de los nutrientes, y los psicológicos a las respuestas sensoriales –de bienestar o repulsión- derivadas del consumo de alimentos y relacionadas con el contexto en el que se lo hace. Los ecológicos, a la ubicación geográfica y su importancia geopolítica a más del hábitat y las especies presentes en él como opciones para su consumo como alimentos. Los determinantes culturales son definidos por la superestructura ideológica que matiza las expresiones del comportamiento social e individual, adquiridos por tradición oral, se refieren a elementos interrelacionados entre sí y con la estructura social: tradición, religión, mitos, tabúes y creencias, presentes en la formación cultural. En el factor económico intervienen a nivel macro las fuerzas productivas y sus relaciones en los procesos de producción, industrialización, forma y utilización de la tierra, trabajo y comercio, que definen los productos obtenidos; y en la construcción de diversas clases como referentes socioeconómicos familiar o individual. La urbanización, como subproceso económico, debe considerarse también determinante de los hábitos alimenticios: en las ciudades, ya que la posibilidad de acceso a una amplia variedad productos es mayor por el desarrollo del “modelo supermercado”, la disposición y uso del tiempo es diferente, y la inserción laboral industrial de la mujer es mayor, con menos tiempo para las tradicionales labores del hogar. Por el momento, salvo los determinantes fisiológicos connaturales a la especie, todos los determinantes de los hábitos alimenticios sufren –o pueden hacerlo- la influencia, directa o indirecta, del proceso de globalización como fue definido previamente. Este ascendente se dirige, o parece direccionarse, hacia la estandarización o adopción de un solo modelo de hábitos alimenticios, igual en el orbe, en todas las sociedades y culturas.

Los hábitos alimenticios, como práctica que se adquiere y adopta como propia al formar parte de la conciencia de los individuos y sociedades como algo innato y perteneciente a un “nosotros”, reflejan una identidad cultural propia y específica, constituida por reglas y valores comunes, y erigida desde el recuerdo de un pasado compartido por los miembros de una sociedad. En el caso del Ecuador, se demostró que el

ecuatoriano si se siente perteneciente a su identidad según las prácticas sociales que realiza entre ellas, y seguramente las más identificativas, aquellas que existen alrededor de la cocina. Los determinantes de los hábitos alimenticios de los ecuatorianos, de acuerdo a los datos revisados, son prioritariamente: el económico, los componentes de la dieta cotidiana de los ecuatorianos varían según su estrato socioeconómico, las personas de bajos recursos consumen más arroz, plátanos y azúcar, que aquellos que tienen más posibilidades económicas; el ecológico, que determina la construcción de platos diferentes en concordancia con los productos obtenidos y comercializados en cada una de las regiones y nichos ecológicos que resultan de la variedad de suelos y climas y la ausencia de temperaturas extremas, así como del carácter rural o urbano; y, el cultural como conductas transmitidas de generación en generación como valor sentimental o religioso que es brindado por la misma sociedad.

En el estudio de los hábitos de alimentación, reflejados en el menú que se consume, es necesario categorizar las preparaciones que intervienen en ellos. A efectos de la investigación se adoptó la clasificación de “tradicional vs. cotidiana”, según la frecuencia de consumo y tengan o no connotación cultural y afectiva, aceptando que la cotidiana no tiene mayor carga cultural y que sus preparaciones resultan de la oferta de productos del mercado; y también aquella categorización, con mayor carga gastronómica, de “cotidiana, especial y ceremonial o ritual”. “Cotidiana” o consumida la mayoría de los días de año; “especial”, de ingestión esporádica y con el propósito de distinguir algún suceso fuera de lo común; y “ceremonial” o “ritual”, preparada en fechas establecidas por la costumbre o normativa y con significado religioso o de integración y reconocimiento familiar. También se acepta el término “típico” como característico o peculiar del país o región. La comida cotidiana típica del ecuatoriano se estructura en base a dos platos, el primero de características líquidas: sopa, locro o caldo, y el segundo o “seco”, que responde al consumo de arroz (eventualmente fideos) con papa, plátano o yuca y carne, pollo o pescado. Asumiendo los términos “tradicional” y “ceremonial” de las dos categorizaciones señaladas, como sinónimos, las preparaciones ecuatorianas tienen un carácter regional o territorial, propio de la zona y son elaborados con productos y formas de ese territorio; posible excepción serían la fanesca que tendría un carácter extendido o general en Semana

Santa y los pristiños o buñuelos en Navidad y, para la totalidad de la Sierra, la colada morada y las muñecas de pan en Finados.

La disertación exigió también el desarrollo del concepto de “hábito alimenticio global” (relacionado con la globalización), que se entiende como aquel derivado de un proceso de unificación -extendida o mundial- del consumo de productos de fácil, barata y rápida preparación para su consumo inmediato. Desde este punto de vista, la uniformidad estaría dirigida por empresas transnacionales de la alimentación y direccionada por sus intereses de lucro, sin consideración a la salud individual o el respeto y protección a las diferentes culturas.

Las preparaciones presentes en este hábito resultan del fácil y rápido procesamiento de alimentos (algunos pre-procesados o pre-cocidos) con tiempo de espera mínimo para el comensal, se consumen en comedores o restaurantes especializados, y reciben el nombre genérico de “fast food” (nombre tomado del inglés por la popularización básicamente urbana norteamericana de esta variedad de comida rápida o en pie). El “fast food” expande el campo del comercio alimentario, y amplía la presencia de “nuevos alimentos” – realmente nuevas formas de preparaciones alimenticias o la introducción de productos extraños a una región o cultura- cuya difusión es respaldada e impulsada por campañas de mercadeo, proponiendo similar consumo masivo de preparaciones alimenticias en todo el mundo. De esta manera, los individuos disminuyen en su característica principal de ejercicio real de la libertad de escoger que comer, y pasan a ser vistos y categorizados como posibles clientes de las grandes transnacionales alimentarias. Ofertas características del menú “fast food” son: hamburguesas, hot-dogs, pizzas, papas fritas, bebidas gaseosas; si bien las características que definen esta variedad de comida se ha expandido también a otro tipo de cocinas: china (el “chaulafán”), mexicana (los “tacos”), de medio oriente (el “kebab”) y de otros orígenes. En Quito, los locales de venta de comida rápida se encuentran ubicados en lugares comerciales estratégicos, donde hay más influencia de tráfico y de oficinas, además de ofrecerse también en restaurantes de venta de comida cotidiana. El “fast food” es consumido por adultos, jóvenes y niños ecuatorianos, sin importar una hora específica, hecho que refleja su rápida expansión comercial.

El objeto de la disertación, es decir el dominio de la identidad cultural o de la estandarización en los hábitos alimenticios insertos en el proceso de globalización, y de su presencia entre los jóvenes, obliga al estudio de los cambios en los patrones de alimentación de la población general, y la identificación de esos hábitos en un grupo de jóvenes universitarios ecuatorianos, así como la presencia de ellos tanto de la comida tradicional como de “fast food”.

Los modos escogidos para establecer los cambios en los hábitos de alimentación en la población general ecuatoriana fueron: la identificación del proceso de intercambio de especies vegetales y animales con el Nuevo Mundo en la primera ola de globalización de Robertson, la evolución del consumo de pan elaborado con cereales europeos en Quito, el análisis de la producción y comercio de alimentos y de la evolución de franquicias en la industria de la alimentación, la comparación de los componentes de “alimentos y bebidas” contemplados en las “Canastas Básicas”, y la realización de entrevistas estructuradas a informantes cualificados.

La evidencia histórica señala que los grandes mamíferos que aportan carne y leche para consumo humano fueron introducidos por los europeos (ganado vacuno, caprino y ovino), al igual que los cereales de mayor consumo, salvo el maíz (trigo, avena y cebada), y las frutas y verduras (manzanas, peras, naranjas, lechugas, coles, cebollas). Aportes importantes de América al patrón alimentario mundial fueron el maíz, la papa, el tomate, el cacao y el maní; y como fuente de proteína animal, el pavo.

El consumo de pan de trigo en Quito demuestra un cambio, del ritualismo y de ser símbolo de poder y prestigio -por tener mayor costo que el de maíz- hasta las primeras décadas del siglo XX, a la cotidianidad actual. También ha variado la forma de preparación: de un modelo artesanal o semi-industrial, a la gran industria; y la sazón: del pan “huaco” al baguette y croissant.

De los principales productos agrícolas alimentarios del Ecuador, los de mayor incidencia en el consumo según su producción son: carne de res, carne de cerdo, leche, huevos y aves, arroz, maíz, cebada, granos leguminosos, papa, tomate riñón, quinua, y

plátano verde, maduro y guineo. Las decisiones políticas de los últimos años, y la historia del sistema agrario del país, explican por qué en algunos casos la producción de ciertos alimentos es mayor a la necesaria para la población, por qué en otros esta producción es insuficiente para el abastecimiento de la comunidad o bien apenas lo logra, al haber sufrido un retroceso en lapsos variables; y también porqué algunos alimentos nativos (jícama, mashua) están en proceso de extinción. Los productos alimentarios de mayor volumen de importación son: maíz duro, trigo duro, azúcar refinada, manzanas, cebollas y chalotes, pescados y mariscos, cebada, uvas, sandías, lentejas, peras; que, en el supuesto de su direccionamiento directo a consumo humano, representarían un aporte mayor a 250 calorías/día por persona. De la superficie cultivable de la Costa del país el 78% está dirigido a productos de exportación y solo el 10% a aquellos considerados en la Canasta Básica. Los productos alimentarios mayoritarios de exportación son: bananos, camarón, atún, cacao fino y café.

Las “Canastas Básicas”, conceptual y oficialmente representativas del consumo habitual y de las preferencias de los consumidores ecuatorianos, varían periódicamente en sus componentes. De la comparación de aquellas de 1994 y 2004 se puede concluir que en la última se diversifica el consumo de alimentos industriales que requieren procesos de elaboración previos a su expendio y consumo; se incorporan alimentos derivados de especies animales y vegetales no contemplados previamente pero de largo historial de consumo, admitiendo que un porcentaje importante de la población tiene acceso a ellos, antes restringido; se amplía la variedad de derivados finales de productos alimenticios; se añaden productos de modelos alimentarios no considerados antes y de productos de lujo para actividades de recreación; y se recuperan para su consideración productos alimenticios cuyo consumo no fue detectado en la fecha inicial. Los alimentos de mayor consumo a nivel nacional, según este criterio, son arroz, carne de res, pan, leche y pescado fresco, y aquellos que determinan una mayor proporción en la variación del gasto familiar: tomate riñón, papa chola, pescado fresco, huevos, plátanos y café, por su frecuencia de consumo y la variación de sus precios.

Las diferencias en el componente “alimentos y bebidas” de la Canasta Básica obedecería a procesos de modernización de la sociedad ecuatoriana, al desarrollo de

tecnologías insertas en la cotidianidad, al crecimiento y diversificación del consumo por expansión del mercadeo o asunción de conductas culturales no nativas y variantes, y a una mayor capacidad de gasto por mejora del ingreso familiar. La misma conclusión se obtiene cuando se comparan esas Canastas con la lista de los productos considerados en los “almacenes de productos de primera necesidad” establecidos en 1946 por Velasco Ibarra “para consumo del pueblo”.

Para identificar los hábitos alimenticios actuales de los jóvenes ecuatorianos, así como de la percepción acreditada de los cambios que se están dando en ellos, se recurrió a realizar entrevistas estructuradas directas a un grupo de informadores altamente calificados a nivel nacional sobre gastronomía y hábitos de alimentación, y a un grupo focal de universitarios residentes en Quito, de entre 21 y 25 años.

Las opiniones emitidas por los informadores calificados, referidas al proceso de globalización y su influencia en los hábitos alimentarios de los jóvenes, pueden resumirse en: la confirmación del significado de los hábitos alimenticios y la gastronomía como elemento cultural con carácter identitario. Su adopción por la interacción de varios determinantes (ecológicos, económicos, culturales, etarios, sociales), cada uno de ellos con una trascendencia variable en cada sociedad e individuo. La existencia de hábitos de alimentación diferentes en relación con la inserción social o clase del sujeto investigado, y el cada vez menor rechazo de la cocina indígena y afroecuatoriana por la población mestiza. La falta de reconocimiento de la cocina ecuatoriana a nivel internacional, seguramente en relación con la práctica inexistencia de un único plato de significación nacional. La influencia de la globalización desde dos vertientes: una favorable, que permite la evolución de sabores y texturas, al tener acceso a una variedad más amplia de productos y condimentos, y la afirmación de la identidad de las culturas, como resultado de la confrontación con otros modelos; y otra, de riesgo, por la posibilidad de adoptar (por aceptación o imposición) formas que a más de suprimir el significado identitario de la alimentación, impliquen peligro para la salud de las personas. El desarrollo de lo que denominan “sentimiento de añoranza” o la “añoranza de la sazón” cuando los jóvenes no pueden acceder a la cocina de la identidad. La presencia menor del “fast food” en los hábitos alimenticios de los jóvenes, y la persistencia entre ellos de elementos

gastronómicos de identidad cultural nacional y regional, con componentes hereditario y ceremonial, más notable en fechas de significación ritual o afectivo.

En la disertación se afirma que junto al proceso de socialización el infante adopta conciencia de sí mismo; el niño aprende a manejar con inteligencia las formas culturales de su sociedad; y el joven desarrolla la reproducción estructural del sistema social, reproduciendo los valores, normas y prácticas sociales que ha aprendido. Conforme a este argumento los jóvenes deberían presentar hábitos alimenticios que reflejen, a más de su personal proceso de desarrollo individual, elementos de identidad cultural y social.

La investigación realizada a un grupo focal de universitarios, de entre 21 y 25 años, residentes en Quito, permite sugerir algunos elementos que definirían sus hábitos de alimentación. La mayoría de las preparaciones presentes en el menú diario se pueden asimilar a la comida “cotidiana”, sin connotación cultural, y apegados al patrón típico ya definido: un plato de sopa, otro de arroz o papas con carne, pollo o pescado, y jugo de frutas, en este tipo de menú el precio es relevante a la hora de escoger qué y dónde ingerirlo. En referencia al “fast food” los estudiantes afirman que gustan de su sabor, aunque no conciben su ingesta diaria y menos aún que esta comida sea saludable, su consumo máximo por dos oportunidades en la semana, en relación a su rápida disponibilidad (derivada de su forma de preparación) que permite el uso del tiempo dispuesto para comer, y reconocen que no posee valor cultural o que se inserte en un ritual específico, si bien podría desempeñar algún papel en los procesos de socialización grupal. Las comidas “fast food” preferidas son hamburguesas, papas fritas, pizza y chaulafán. La predilección se inclina por las franquicias Mc Donald’s y Pizza Hut en los primeros casos, aunque también afirmaron que las consumen en restaurantes sin franquicia y que no son exclusivos para el expendio de “fast food”.

En referencia a la comida “típica nacional”, los jóvenes afirmaron que consumen locro, sancocho, papas con cuero y churrasco, cebiche o fritada, un mínimo de dos veces por semana, en restaurantes, en el hogar o “al paso” en la calle, indistintamente. Como ya se ha comentado estos resultados del grupo focal sugieren una frecuencia similar, o mayor, de consumo de comida típica que de “fast food” y, en los dos casos, menor que de aquella

calificada como cotidiana. La consulta sobre la comida tradicional es conclusiva, por la práctica unanimidad en su consumo, en fechas con fuerte contenido ceremonial, social y afectivo, con elementos rituales generales o familiares. El menú responde a lo que hemos definido como tradición o ceremonial -así la fanesca en Semana Santa o la colada morada en Finados- señalando además que cuando se opta por este tipo de preparaciones el precio no es factor decisorio para su selección y consumo.

La estructura de la sociedad y sus cambios repercuten en algunos aspectos sobre todo, en los jóvenes, al ser el grupo etario que en etapa de afirmación de su identidad crítica, cuestiona, prueba, accede y llega a conocer diferentes estructuras culturales, con la capacidad de adoptar e incluso adaptar estas prácticas (diferentes a la suya) a su sociedad y forma de vida. El estudio de caso de los hábitos alimenticios de los jóvenes estudiantes universitarios ecuatorianos permite concluir que la estandarización de los modelos de alimentación derivada del proceso de globalización, si bien presente en los hábitos nutricionales de los jóvenes universitarios tiene, todavía, un impacto menor en el consumo cotidiano, dónde se relaciona con una más eficiente disposición de los tiempos y horarios de trabajo. Igualmente permite sugerir que los jóvenes, a pesar del acceso y adopción de diferentes modelos sociales, reproducen las prácticas sociales de sus antecesores y los patrones de consumo propios de lo que podría constituir una identidad cultural alimentaria del “ser ecuatoriano”. Este hecho se evidencia en forma más notable en momentos de significación específica, ritual, ceremonial o afectiva. Así el patrón de conducta social relacionado con la alimentación en los jóvenes estudiantes universitarios de Quito resultaría de las interacciones entre la herencia y construcción social recibida, con la publicidad de los procesos de mercadeo y la aplicación de una lógica de mercado, en tiempo, desplazamiento y comunicación, contemporánea al estilo de vida desarrollado en el Quito actual.

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS.-

1. ASAMBLEA NACIONAL DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR. (2008). *Constitución Nacional de la República del Ecuador*. Quito. Registro oficial No. 449, de 20 de Octubre del 2008.
2. ARNAIZ, M. (2008). *Somos lo que comemos*. España: Book print digital.
3. BAYARDO, R; LACARRIEU, M. (2003). *Globalización e identidad cultural*. Argentina: CICCUS.
4. BOCOCK, R. (1993). *Consumption*. Nueva York: Routledge.
5. CARRILLO, M. (1996). *El sabor de la tradición*. Quito: Abya-Yala.
6. CHARVET, S. (2004). *Identidad nacional y poder*. Quito: Abya-Yala.
7. CHIVA, M. (1984). *J'aime, j'aime pas...gouts et sentiments*. Francia: Ecole Parents.
8. CONTRERAS, J; ARNÁIZ, M. (2005). *Alimentación y cultura: perspectivas antropológicas*. España: Ariel.
9. ESTRELLA, E. (1998). *El pan de América*. Ecuador: Fundación para la ciencia y la tecnología.
10. FRIED, M. (1986). *Comidas del Ecuador. Recetas tradicionales para gente de hoy*. Quito: Impreseñal Cía. Ltda.

11. GARRIDO, A. (2009). *Comida y cultura: nuevos estudios de la cultura alimentaria*. España: Universidad de Córdoba.
12. GELLNER, E. (1997). *Nationalism*. Londres: Weidenfeld & Nicolson.
13. GIDDENS, A. (1993). *Consecuencias de la Modernidad*. Madrid: Alianza S.A.
14. GIDDENS, A. (2006). *Sociología*. Madrid: Alianza Editorial, S.A.
15. HUBER, L- (2002). *Consumo, cultura e identidad en el mundo globalizado: estudios de caso en los Andes*. Perú: Instituto de estudios peruanos.
16. INN. (1963). *Encuesta nutricional de Ecuador*. Quito: Instituto Nacional de Nutrición.
17. KAPFERER, J. (1985). *Les effects de la publicité sur le comportement nutritional des enfants*. Francia: Cah Nutr Diét.
18. KINGMAN, E; CUVI, N. (2009). *El molino y los panaderos*. Quito: FONSA.
19. LANGREO, A. (2005). *Inmigración y glocalización*. Barcelona: Icaria.
20. LÓPEZ, J. (1993). *De papa a patata. La difusión española del tubérculo andino*. España: Lunwerg Editores S.A.
21. NARANJO, P. (1986). *Desnutrición: problemas y soluciones*. Quito: Publicaciones del Ministerio de Salud.

22. O. FRIED, M. (1989). *Comidas del Ecuador. Recetas tradicionales para gente de hoy*. Quito: Impreseñal Cía.Ltda.
23. ORTIZ, R. (2004). *Mundialización y Cultura*. Colombia: Panamericana Formas e Impresos S.A.
24. PAREDES, I. (1986). *Folklore nutricional ecuatoriano*. Quito: Impreseñal Cía Ltda.
25. PATEL, R. (2008). "*Stuffed and Starved. From farm to fork, the hidden Battle for the World food system*". Argentina: Marea SRL.
26. PAZOS, J. (1991). *Recetas criollas. Cocinemos lo nuestro*. Quito: El Conejo.
27. PELTRE-WURTZ, J. (2004). *Luchar para comer. Estrategias familiares para la alimentación en sectores populares*. Quito: Abya-Yala.
28. PIZZOLITTO, G. (2007). *Curvas de Engel de Alimentos, Preferencias Heterogéneas y Características Demográficas de los Hogares*. Argentina: Centro de Estudios Distributivos, Laborales y Sociales.
29. QUINTERO, M. (2004). *Globalización y sistema agroalimentario: principales cambios en las estrategias agroindustriales y en las tendencias de consumo de alimentos*. Venezuela: Universidad de Los Andes. Centro de Investigaciones Agroalimentarias (CIAAL).
30. REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. (2002). *Diccionario de la lengua española* (22.^a ed.). España: Rotapapel, S.L.

31. REBATO, E. (2009). *Las 'nuevas' culturas alimentarias: globalización vs. Etnicidad*. Bilbao: Dpto. de Genética, Antropología Física y Fisiología Animal.
32. ROBERTSON, R. (2005). *3 olas de globalización, Historia de una conciencia global*. España: Alianza Editorial.
33. ROJAS, L. (1995). *Aportes alimenticios del viejo al nuevo mundo*. Colombia: Carvajal S.A.
34. ROMAN, A; VELEZ, O. (1998). *Cartagena de Indias en la Olla*. Colombia: Bedut.
35. SÁNCHEZ-PARGA. J. (1998). *Antropo-lógicas andinas*. Quito: Docu-tech.
36. SIMMEL, G. (1990). "Group Expansion and Development of Individuality". Chicago: University of Chicago Press.
37. VARAS, E. (2012). *Riobamba: el hornado como identidad*. Vol. 7. Revista Ecuador Infinito: Comidas sabores y lugares. Quito: Ecuadorinfinito.
38. VÁZQUEZ, L. SALTOS, N. (2011-2012). *Ecuador su realidad*. Quito: Fundación José Peralta.
39. ZEPEDA, B; VERDESOTO, L. (2011). *Ecuador, Las Américas y el mundo 2010*. Quito: FLACSO.

REVISTAS Y ARTÍCULOS.-

1. AGRICULTURE HANDBOOK. *Composition of foods. Agricultural research service*. Vol.1. Pp 15-25. United States: Department of agriculture.

2. BOLETÍN DE COMERCIO EXTERIOR. (2012) Producción Nacional. *Proecuador*. Numero 13. Ecuador.
3. CARRILLO, D. (2009). *La industria de alimentos y bebidas en el Ecuador*. Instituto Nacional de Estadística y Censos. Ecuador.
4. EL COMERCIO-PERÚ. (2011). *La comida latina ya se ganó un sitio en el paladar estadounidense*. Obtenido el 20/04/2012 en <http://elcomercio.pe/gastronomia/919221>.
5. EL HOY. (2012). *La venta de comida rápida se expande*. Obtenido el 15/08/2012 en: <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador>.
6. FAO. (1998). *Bilans alimentaires. Moyenne 1994- 1996*. Roma.
7. FMI. (2011). *Perspectivas económicas, Las Américas, Vientos cambiantes, nuevos desafíos de política*. Oct.2011. Estudios Económicos y Financieros, Fondo Monetario Internacional.
8. FREEMAN, A. (2007). *Fast Food: Oppression through Poor Nutrition*. California Law Review, Vol. 95, No.6. Pp.2221-2259. Obtenido el 21/02/2012, en <http://www.jstor.org/stable/20439143>.
9. FRITSCHER, M (2002). *Política y cultura. Globalización y alimentos: tendencias y contratendencias*. Vol.1. pp.62-82. Universidad Autónoma Metropolitana: Departamento de política y cultura: México.

10. GAVIRA, L. (2008). *Redes alimentarias como resistencia al modelo de globalización dominante: El caso de Slow Food*. Vol.32. Pp.55-105 Departamento de Sociología de la Universidad de Sevilla: Sevilla.
11. GUERRERO, N; CAMPOS, O; LUENGO, J. (2005). *Factores que intervienen en la modificación de los hábitos alimentarios*. Módulo I: Tendencias en Salud Pública: Salud Familiar y Comunitaria. Obtenido el 24/03/2012 en www.medicina.uach.cl.
12. INEC. (2009). *III Censo nacional agropecuario*. Vol. 1. Pp 35-36. Obtenido el: 20/08/2012 en: <http://www.inec.gob.ec>.
13. LA HORA. (2012). *Desnutrición Infantil es alta en el Ecuador*. LA HORA. Obtenido el: 13/08/2012 en: <http://www.lanoticiaalinstante.com>.
14. LAGLA, A. (2012). *El productor local demanda incentivos*. Vol. 752. Pp. 10-12. Revista Líderes. Ecuador.
15. MACHADO, A. (2002). *De la estructura agraria al sistema agroindustrial*. Vol.107. Pp. 1-31. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
16. MELÉNDEZ, A. (2012). *El fértil mercado de las franquicias de la comida*. Vol. 220. Pp. 14-18. Revista Gestión. Economía y sociedad. Ecuador.
17. NORTON, M. (2008). *Chocolate para el imperio: la interiorización europea de estética mesoamericana*. Revista de Ciencias Sociales. No. 29. Obtenido el: 18/06/2012 en <http://www.scielo.org.co/scielo.php>.
18. RITZER, G. (1983). *The McDonaldization of Society*. Vol. 6. Pp. 100-107. Journal of American Culture Association. EEUU.

19. ZAMBRANO, G. (2010). *El consumo en Ecuador: indicadores exclusivos*. N°8. Pp. 17-32. PERSPECTIVA Revista Económica del IDE. Ecuador.

DOCUMENTOS EN INTERNET.

1. ALLENDE, S. (1967). *Crítica a la Alianza para el Progreso. Discurso en la Universidad de Montevideo*. Obtenido el. 30/ 09/2012 en: <http://www.ceecolombia.org/ckfinder>
2. ANÓNIMO. (1997). *Almuerzo con ocasión del enlace matrimonial de la infanta doña cristina y don Iñaki Urdangarín*. Obtenido el 23/07/2012 en <http://realeza.foros.ws/menus-reales-desde-leonardo-a-picasso>.
3. ANÓNIMO. (2010). *Producción Agrícola del Ecuador*. Obtenido el 24/08/2012 en: <http://www.slideshare.net>.
4. ANÓNIMO. (2011). *Import & export values, volumes, growth rates*. Obtenido el: 28/09/2012 en: <http://www.trademap.org>.
5. BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. (2012). *Base de datos de comercio exterior*. Banco Central del Ecuador. Obtenido el: 20/08/2012 en: <http://www.bce.fin.ec>.
6. BÁRCENA, A. (2010). *La pobreza y la desigualdad en América Latina y el Caribe*. Obtenido el: 21/ 06/2012 en <http://www.eclac.org>.
7. CAMARA DE AGRICULTURA. (2012). *Producción Nacional*. Obtenido el 22/08/2012 en: <http://www.agroecuador.com>

8. CEPAL (2002). *Globalización y desarrollo*. Obtenido el: 20/01/2013 en: <http://www.eclac.org>.
9. COMUNIAD ANDINA DE NACIONES (2012). *Indicadores sociales. Jóvenes en cifras*. Obtenido el 19/10/2012 en <http://estadisticas.comunidadandina.org>.
10. DE IRALA, J; GROTH, M; JOHANSSON, L; OLTERSODORF, U; PRATTALA, R; MARTINEZ, M. (2000). *A systematic review of socioeconomic differences in food habits in Europe: consumption of fruit and vegetables*. *European Journal of Clinical Nutrition*, Vol. 54 pp.54: 706-714. Obtenido el 15 /03/2012 en <http://www.jstor.org/stable/11002383>.
11. DIBSDALL, L; LAMBERT, N; BOBBIN, R; FREWER L. (2003). *Low-income consumers' attitudes and behavior towards access, availability and motivation to eat fruit and vegetables*. *Public Health Nutrition*, Vol. 6, No. 2. Pp.159-68. Obtenido el 15/03/2012 en <http://nccommunitygarden.ncsu.edu/>.
12. FERREIRA, M. (2004). *Las Comidas Tradicionales en Tiempos de Globalización: la arepa se (tras) viste en hamburguesa*. Venezuela: Colección Monografías, N° 6. Programa Globalización, Cultura y Transformaciones Sociales, CIPOST, Faces, Universidad Central de Venezuela. Obtenido el 08/04/2012 en <http://www.globalcult.org.ve/monografias.htm>.
13. INEC. (2010). *Las condiciones de vida de los ecuatorianos. Folleto de indicadores sociales. ECV. Quinta Ronda*. Obtenido el: 03/09/2012 en: <http://www.inec.gob.ec>
14. INEC. (2012). *Informe ejecutivo de las canastas*. Obtenido el: 04/09/2012 en: <http://www.inec.gob.ec/estadisticas/index.php>.

15. ITESCAMM. (2010). *Factores que modifican los hábitos de consumo Determinantes socioculturales del comportamiento alimentario*. Obtenido el 17/03/2012 en www.itescam.edu.mx/principal/r5020.DOC.
16. KRÜGGELER, T. (1997). *Changing Consumption Patterns and Everyday Life in Two Peruvian Regions: Food, Dress, and Housing in the Central and Southern Highlands*. The University of Michigan Press. Obtenido el 30/03/2012 en: <http://www.des.ucdavis.edu/faculty/orlove/chap2.htm>.
17. LEÓN, I (2011). La soberanía alimentaria: una ética de vida. Obtenido el 9/04/2012 en <http://alainet.org/active/15600>
18. MALDONADO, A; PAUTA, S; ROMERO, A; MUÑOZ C. (2009). *Producción y comercialización de tamarillo, para el mercado internacional*. Obtenido el: 30/04/2012 en: <http://www.dspace.espol.edu.ec>.
19. MC.DONALDS. (s.f). *McDonald's History*. Obtenido el 28/06/2012 en <http://www.mcdonalds.com>.
20. MORÓN, C; SCHEJTMAN, A. (2007). *Evolución del consumo de alimentos en América latina*. Depósito de documentos de la FAO. Obtenido el 10/04/2012 en <http://www.fao.org/docrep>.
21. MUÑOZ, R. (2011). *Productos orgánicos en América Latina: más exportación que consumo*. Obtenido el 13/04/2012 en <http://www.ecoticias.com/alimentos/42497>.
22. NESTLE, M. (2010). *Writing the food studies movement*. Obtenido el 10/11/2012 en <http://www.foodpolitics.com>.

23. O'NEILL, J. (2009). *El mito de los alimentos orgánicos*. Obtenido el 19/04/2012, en <http://www.encontrandodulcinea.com/articulos/Marzo/El-mito-de-los-alimentos-org-nicos-.html>.
24. PADILLA, L. (2012). *Los ingresos familiares cubren el 92,6% de las Canasta básica correspondiente al mes de abril*. Agencia pública de noticias del Ecuador y Suramérica. Obtenido el: 17/08/2012 en <http://www.andes.info.ec>.
25. PAGNOTTA, C. (2008) *La identidad nacional ecuatoriana entre límites externos e internos*. Amériqúe Latine Histoire et Mémoire. Obtenido el 16/07/2012 en <http://alhim.revues.org>.
26. PALMER, T. (2006). *Globalización y cultura: Homogeneidad, diversidad, identidad, libertad*. Obtenido el 2/03/2012, en <http://www.elcato.org/-2006-04-20.html>.
27. PENSADO, M. (2011). *Cambios en los regímenes alimentarios en América Latina y riesgos para la seguridad alimentaria*. México: Centro Interdisciplinario de Investigaciones y Estudios sobre Medio Ambiente y Desarrollo, CIIEMAD, Instituto Politécnico Nacional, México. Obtenido el 24/04/2012 en <http://www.agriculturesnetwork.org/magazines>.
28. PRADO, J. (2005). *Canasta básica, consumo e inflación*. ABC de la economía. Obtenido el: 23/09/2012 en <http://www.ideinvestiga.com>.
29. RUIZ, C. (2007). *Indicaciones geográficas y denominaciones de origen como herramientas de desarrollo territorial*. Colombia. Obtenido el 30/06/2012 en <http://www.iica.int>.

30. SECRETARIA GENERAL DE LA COMUNIDAD ANDINA. *Estadísticas. Principales rubros de importación de la Comunidad Andina*. Obtenido el 7/11/2012 en: <http://estadisticas.comunidadandina.org/eportal/>.
31. SEGRELLES, J. (2001). Problemas ambientales, agricultura y globalización en América Latina. Obtenido el 05/04/2012 en <http://www.ub.es>.
32. SUREMAIN, C; KATZ, E. (2009). *Modelos alimentarios y recomposiciones sociales en América Latina*. Anthropology of food. Obtenido el 23/04/2012 en <http://aof.revues.org/>.
33. UNESCO. (2003). *Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial*. Obtenido el 13/04/2012 en <http://unesdoc.unesco.org/>.
34. UNESCO. (2012). *Definición de cultura*. Obtenido el: 25/04/2012 en: <http://www.unesco.org/culture/>.

ANEXOS

Anexo 1. Productos de la Canasta Básica (1994-2004)

CANASTA 1994-1995	CANASTA 2004
ALIMENTOS	ALIMENTOS
Pan y cereales	Pan y cereales
Arroz	Arroz flor
Avena	Maíz
Cereales preparados	Avena
Fideo	Cereales preparados
Pan	Harina de trigo
	Pan baguette
	Pan corriente
	Galletas
	Fideos
	Tallarines
Carnes	Carnes
Carne de res con hueso	Carne de res con hueso
Carne de res sin hueso	Carne de res molida
Carne de pollo	Carne de res sin hueso
	Carne de cerdo con hueso
	Chuleta de cerdo
	Costilla de cerdo
	Presas de pollo
	Pollo entero
	Jamón
	Mortadela
	Salchichas de pollo
	Salchichas de res
Pescados y mariscos	Pescados y mariscos
Camarón	Pescados frescos
Pescado fresco	Camarones
Atún en conserva	Atún en conserva
Sardina en conserva	Sardinias en conserva
Leche, queso y huevos	Leche, queso y huevos
Leche en polvo	Leche pasteurizada homogeneizada
Leche pasteurizada homogeneizada	Leche en polvo
Queso fresco	Yogurt
Huevo de gallina	Queso de cocina
	Queso de mesa
	Huevos de gallina
Aceites y grasas	Aceites y grasas
Aceite vegetal	Aceite vegetal
Manteca vegetal	Margarina
Margarina	
Bebidas	Bebidas
Café y chocolate	Café y chocolate
Café molido	Café molido
Café soluble	Café soluble
Cocoa	Cocoa
	Agua sin gas
	Colas Gaseosas
Frutas	Frutas

Aguacate	Limón
Guineo	Mandarina
Limón	Maracuyá
Manzana	Naranja
Mora	Naranjilla
Naranja	Guineo
Naranjilla	Melón
Papaya	Papaya
Piña	Piña
Plátano	Plátano maduro
Sandía	Plátano verde
Tomate de árbol	Sandía
Uva	Aguacate
Frutas en conserva (duraznos)	Mora
Frutas secas (pasas)	Uva
	Manzana
	Tomate de árbol
	Duraznos en conserva
Azúcar, mermelada, miel y bombones	Azúcar, mermelada, miel y bombones
Azúcar refinada	Azúcar refinada
Mermelada	Bombones (chocolates)
Caramelos	Caramelos
Helados	Gelatina
	Mermelada
	Miel de abeja
	Panela
Verduras, legumbres y tubérculos	Verduras, legumbres y tubérculos
Arveja tierna	Brócoli
Cebolla blanca	Col
Cebolla colorada	Lechuga
Col	Ajo
Coliflor	Cebolla blanca
Culantro	Cebolla paiteña
Choclo	Pimiento
Haba tierna	Tomate riñón
Fréjol tierno	Arveja tierna
Lechuga	Choclos
Pimiento	Frejol tierno
Tomate riñón	Habas tiernas
Arveja seca	Frejol seco
Fréjol seco	Lenteja
Lenteja	Papa chola
Maní	Meloco
Papa	Remolacha
Yuca	Yuca
Zanahoria amarilla	Zanahoria amarilla
	Coliflor
Sal, especias, salsas y otros prod. alim.	Sal, especias, salsas y otros prod. Alim.
Ajo	Comino
Sal	Culantro
Salsa de tomate	Sal
Harina de haba	Cubos sazonadores
Harina de plátano	Mayonesa
Sopas secas	Salsa de tomate
	Papas fritas (envasadas)

Anexo 2. Almuerzo de jóvenes universitarios del día miércoles 30/01/2013.

Fast food	Tradicional	Habitual	Lugar
Hamburguesa			comedor
	verde	carne	casa
		arroz con pollo	restaurant
		sopa arroz pollo	restaurant
		sopa carne arroz	casa
yogurt galletas			tienda
		ensalada pollo	casa
		pollo	casa
		sopa y pescado	casa
	arroz de cebada	carne	restaurant
		arroz y carne	casa
		pollo	restaurant
		crema y pollo	casa
		arroz y pollo	restaurant
salchipapa			restaurant
	locro de papas		casa
		arroz con camarones	restaurant
		sopa carne arroz	casa
Hamburguesa			Comedor
	Tostado	Carne	casa
		carne	casa
	Sancocho	carne	restaurant
Chaulafan			restaurant
	menestra	pollo	restaurant
	maduro	atun	casa
		carne	casa
		carne	casa
Chaulafan			restaurant
Salchipapa			restaurant
		estofado carne	casa
		chuleta	comedor
		arroz con carne	casa
	chifles	pollo	restaurant
	mote y fritada		casa
salchipapa			comedor
		arroz con pollo	casa
		tallarín	casa
	churrasco		comedor
	sancocho	pollo	comedor
		pollo	restaurnat
	yogurt y empanada		comedor
	guatita con arroz		casa
		arroz con pollo	casa
	locro	tallarín	casa
		arroz con pollo	casa
		papas y huevo	casa
		arroz con lentejas	casa

Anexo 3. Almuerzo del domingo 15/12/2012 de jóvenes universitarios.

Pasta	Carne	Arroz	Pollo	Ensalada	Granos	Papas	Yuca	Pescado	Mote	Verde	Fast Food
	x					x					
											Fritada
		x	x	x							
			x		x						
x				x							
x		x		x							
		x						x			
	x	x			x		x				
			x								
		x						x			
			x			x					
		x	x			x					
		x	x			x					
			x		x						
x											
		x	x			x					tacos
						x		x			
		x				x		x			
		x	x			x					
		x	x	x							
											Encebollado
		x	x	x							
		x	x				x				
		x	x								
x		x	x	x							
		x	x	x							
x		x	x								
			x			x					Encebollado
						x					
	x	x			x						
		x	x	x							
		x	x			x					
		x	x								
											Encebollado
	x					x					
								x		x	
			x	x		x					
											Fritada
		x	x	x		x					
	x	x			x	x					
		x	x			x					
		x	x								
		x	x								
											Encebollado
	x					x					
			x	x		x					
											Encebollado
											Chaulafan
x	x										
	x										
	x					x					
			x			x					
											Hamburguesa
		x	x								
											Pollo Campero
		x	x								
	x	x			x						
	x	x									
						x					
								x			

Anexo 4. Cena de Navidad y Año Nuevo a 133 alumnos, el 11/01/2013.

Navidad		Fin de año	
Pavo	96	Pavo	34
Chocolate	16	Lasaña	1
Pollo	15	Lengua	1
Tronco	1	Cangrejos	1
Lechón	1	KFC	1
Arroz	5	Cerdo	9
Cerdo	10	Guanta	1
Pristiños	9	Camarones	6
Conejo	1	Pollo	21
Tamal	1	Pernil	6
Babaco	1	Fritada	4
Quaker	1	Res	6
Pescado	1	Guanábana	1
Yuca	1	Borrego	1
Maracuyá	1	Choclo	2
Pizza	1	Morocho	1
KFC	2	Empanada	1
Res	1	Maracuyá	1
Hornado	1	Bandeja paisa	1
Langostinos	1	Lechón	1
		Atún	1
		Camote	1
		Pristiños	2
		Pato	1
		Chocolate	2

Anexo 5. Grupo Focal.

ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS

Fecha: 22/ Enero/ 2013.

Lugar: Aula de la Universidad Central del Ecuador.

Participantes:

- David López: Hombre de 25 años de edad, estudiante de sociología de la PUCE.
- Fernando Cano: Hombre de 24 años de edad, estudiante de jurisprudencia de la PUCE.
- Mauricio Cruz: Hombre de 23 años de edad, estudiante de medicina de la UCE.
- Andrés Chiriboga: Hombre de 26 años de edad, estudiante de sociología de la PUCE.
- Rocío Galeano: Mujer de 23 años de edad, estudiante de trabajo social de la UCE.
- Jimena Vera: Mujer de 24 años de edad, estudiante de economía de la PUCE.
- Viviana Berrazueta: Mujer de 23 años de edad, estudiante de medicina de la UCE.

1. Diariamente ¿Qué platos o preparaciones consumen con mayor frecuencia en el almuerzo? ¿Dónde?
2. En festivos como en Semana Santa ¿Van a comer Fanesca? O en Difuntos ¿Comen Colada morada con guaguas de pan? ¿Dónde?
3. ¿Cuáles creen que son los factores que determinan sus hábitos alimenticios diarios? Califíquelos del 1 al 5, siendo 5 el de mayor relevancia.
4. ¿Dentro de sus hábitos alimenticios festivos, cuales son los factores, que los determinan? Del 1- al 5, siendo 5 el mayor cuál es el de mayor relevancia.

5. Consideran que sus hábitos alimenticios expresan su identidad “ecuatoriana”, ¿Por qué sí o por qué no?
6. ¿Han cambiado sus hábitos alimenticios en los últimos 7 años? ¿Por qué causa?
7. ¿Qué importancia asigna usted a los alimentos de la comida nacional como puede ser la fritada, el loco o el cebiche? ¿Cuándo lo consumes?
8. ¿Cuántas veces por semana usted consume comida tradicional ecuatoriana? ¿Cuál es el plato que consume con más frecuencia? ¿Dónde lo consume? ¿Cuál es el plato (o preparación) de comida tradicional ecuatoriana que más le gusta?
9. ¿Qué importancia asigna usted a los alimentos del fast food?
10. De la comida rápida ¿Cuál es el plato que consume con más frecuencia? ¿Dónde lo consume? ¿Cuál es el plato (o preparación) de comida rápida que más le gusta?
11. ¿Qué opina de la comida tradicional?
12. ¿Qué opina de la comida rápida?
13. ¿Qué le gusta más, la comida tradicional o el fast food? ¿Por qué?

Anexo 6. Guía de entrevistas a Informantes Calificados.

- Patricio Moncayo: Docente de la Pontificia Universidad Católica, Director del Centro Cultural de la PUCE.
- Javier Cárdenas: Administrador del restaurante “La Choza” – Quito
- Edgar León: Chef de Restaurante “El Estragón”. Autor de: Sopas del Ecuador, nuestra identidad; Las cocinas tradicionales de los países andinos.
- Julio Pazos. Escritor ganador del Premio Nacional de Literatura y Chef del “Ajicero”. Autor de: Recetas Criollas; Las cocinas tradicionales de los países andinos; El sabor de la memoria historia de la cocina quiteña; Elementos; Entre otras.

1. ¿Cómo define usted identidad cultural?
2. ¿Usted considera que en el Ecuador existe una identidad cultural construida? y ¿Es su opinión que los ecuatorianos se sienten reflejados en esa identidad a través de sus hábitos alimenticios?
3. Según usted ¿Cuáles son las prácticas y los productos consumidos que forman esta identidad cultural?
4. ¿Cómo caracteriza usted el proceso de alimentación del Ecuador?
5. En el Ecuador: ¿existe diferencia entre una comida tradicional y cotidiana? ¿Cuál es esa diferencia?
6. ¿Cuáles son, según su criterio, los factores determinantes que forman los hábitos alimenticios de los ecuatorianos?
7. ¿Existe una globalización alimentaria? ¿Cómo se manifiesta en el Ecuador?

8. En referencia a los hábitos alimenticios, especialmente de los jóvenes ¿considera que estos se han visto alterados por la globalización? ¿en qué sentido?
9. Entendiendo globalización como un proceso de intercambio de productos y el libre mercado. ¿Cuáles son los cambios en los hábitos alimenticios de los ecuatorianos con la globalización, generados en los últimos 10 años?
10. ¿Qué productos que consumen los ecuatorianos pueden identificarse como globales?