



Nutrición Hospitalaria



Alimentos y gastronomía de cercanía: ¿un valor en alza? *Nearby food and gastronomy: a rising value?*

Cristina Ascorbe Landa

Escuela de Hostelería de Leioa. Leioa, Vizcaya

Resumen

Introducción: a partir de las definiciones de “alimento”, “gastronomía” y “cercanía”, puede establecerse que la cercanía alimentaria es aquella que acorta la distancia en tiempo y espacio a lo largo de toda la cadena alimentaria. La gastronomía de cercanía invita a disfrutar del “conjunto de los platos y usos culinarios propios de un determinado lugar”.

Objetivos: el presente artículo aporta una respuesta a la cuestión de si los alimentos y la gastronomía de cercanía constituyen un valor en alza en el siglo XXI.

Métodos: se realizó una revisión bibliográfica de artículos y publicaciones de organismos nacionales e internacionales que describen las demandas del consumidor en materia de alimentos y gastronomía. Estas reclamaciones podrían concretarse en los siguientes términos: proporcionar alimentos saludables y de calidad organoléptica, contribuir al desarrollo sostenible y reducir el despilfarro de alimentos, conservar los patrimonios culturales alimentarios y generar un turismo gastronómico sostenible, mantener nuestros paisajes y su diversidad genética, reforzar la cohesión social y dotar a los alimentos y a la gastronomía de un significado y una identidad y, por último, restablecer la confianza del consumidor en la alimentación.

Resultados: los alimentos y la gastronomía de cercanía brindan una oportunidad que contribuye a satisfacer las demandas del consumidor en materia de alimentación y gastronomía en el comienzo de este nuevo siglo.

Conclusiones: las oportunidades que puede proporcionar este tipo de alimentos y de gastronomía deben ponerse en valor, de tal manera que los consumidores reflexionen sobre ellas y valoren la posibilidad de modificar sus hábitos alimentarios.

Palabras clave:

Ecología de la nutrición. Dieta saludable. Desarrollo sostenible. Antropología. Diversidad genética. Turismo. Conducta alimentaria.

Abstract

Introduction: based on the definitions of “food”, “gastronomy” and “proximity”, it can be established that proximity food is that which reduces time and distance throughout the food chain. Proximity gastronomy invites us to enjoy the “set of dishes and culinary traditions specific to a certain location”.

Objectives: the aim of this article is to address the question of whether the relevance of proximity food and gastronomy is increasing in the twenty-first century.

Methods: a literature review of articles and publications of national and international organisations was made, which describe the demands of consumers in terms of food and gastronomy. These demands may be summarised as follows: provide healthy food of organoleptic quality; contribute to sustainable development and reduce food waste; preserve cultural food heritage and promote sustainable gastronomy tourism; preserve our landscapes and their genetic diversity; reinforce social cohesion and attribute meaning and identity to food and gastronomy; and, restore confidence in food.

Results: proximity food and proximity gastronomy offer an opportunity that contributes to satisfy the consumer demands in terms of diet and gastronomy at the beginning of the new century.

Conclusions: the opportunities that this type of food and gastronomy can offer should be communicated and emphasized, enabling consumers to reflect on them and giving them the chance to modify their food habits.

Key words:

Nutrition ecology. Healthy diet. Sustainable development sustainability. Anthropology. Genetic diversity. Tourism. Food habits.

Ascorbe Landa C. Alimentos y gastronomía de cercanía: ¿un valor en alza? Nutr Hosp 2018;35 (N.º Extra. 4):44-48

DOI: <http://dx.doi.org/10.20960/nh.2124>

Correspondencia:

Cristina Ascorbe Landa. Escuela de Hostelería de Leioa. Campus Universitario, s/n. 48040 Leioa, Vizcaya
e-mail: cristinaascorbe@hostelerialeioa.net

INTRODUCCIÓN

El diccionario de la Real Academia Española define alimento como el “conjunto de sustancias que los seres vivos comen o beben para subsistir” y “cada una de las sustancias que un ser vivo toma o recibe para su nutrición”. El término “gastronomía” tiene tres acepciones: “Arte de preparar una buena comida”, “afición al buen comer” y “conjunto de los platos y usos culinarios propios de un determinado lugar”. La cercanía nos indica “proximidad o inmediatez en el espacio o en el tiempo (1).

Álvarez y Medina (2) indican que “lo alimentario” se ha definido como el conjunto articulado de prácticas, procesos sociales y productos que abarcan desde los recursos naturales sobre los cuales se produce la materia prima para la elaboración de alimentos hasta el consumo de dichos alimentos y sus consecuencias.

Atendiendo a estas definiciones, podríamos establecer que la cercanía alimentaria es aquella que acorta la distancia, tanto en el tiempo como en el espacio, a lo largo de la cadena alimentaria. Los alimentos se producen en las mismas zonas en las que van a ser transformados y consumidos. Puesto que este proceso ha de hacerse en un plazo mínimo, la cercanía acorta el tiempo para la transformación y los desplazamientos de los alimentos y de los productos elaborados entre la industria alimentaria y el consumidor final. La cercanía gastronómica nos invita a los aficionados al comer a preparar buenas comidas y a acercarnos a los recetarios locales.

El presente artículo quiere aportar una respuesta a la cuestión de si los alimentos y la gastronomía de cercanía son un valor en alza en el siglo XXI.

Se ha realizado una revisión bibliográfica relacionada con la situación actual de la alimentación en los ámbitos que exige el consumidor actual, en la que se ha tenido en cuenta las literaturas científica y gris a partir de documentos e informes publicados por instituciones relevantes en el ámbito de interés, tanto nacionales e internacionales.

El análisis puede resumirse en las siguientes demandas del consumidor al sector de la alimentación:

- Proporcionar alimentos saludables y de calidad organoléptica.
- Contribuir al desarrollo sostenible y reducir el despilfarro de alimentos.
- Conservar los patrimonios culturales alimentarios y generar un turismo gastronómico sostenible.
- Mantener nuestros paisajes y su diversidad genética.
- Reforzar la cohesión social y dotar a los alimentos y a la gastronomía de significado e identidad.
- Restablecer la confianza del consumidor en la alimentación.

Para cada una de estas reclamaciones, se propone que la alimentación y la gastronomía de cercanía pueden ofrecer una oportunidad para que se les considere como valores en alza.

PROPORCIONAR ALIMENTOS SALUDABLES Y DE CALIDAD ORGANOLÉPTICA

La pirámide alimentaria elaborada para el programa Nutrición, Actividad Física y Prevención de la Obesidad (NAOS) muestra

las recomendaciones de frecuencia del consumo de alimentos paralelamente con las de distintas actividades de ejercicio físico. Alimentos como las frutas, verduras y hortalizas, cereales, productos lácteos, pan y aceite de oliva deben ser la base de la dieta y consumirse a diario, mientras que otros productos solo deberían tomarse de forma ocasional, como bollos, dulces, refrescos, “chucherías” o patatas fritas y similares (3).

Contreras percibe falta de calidad organoléptica cuando afirma que, desde un punto de vista organoléptico, no solo los gastrónomos se interesan por la compatibilidad entre la tecnología alimentaria y el mantenimiento del sabor propio de cada tipo de alimentos. Los consumidores tienen la sensación de que la tecnología ha estado exclusivamente al servicio del productor, del transportista y del vendedor, pero no al servicio de sus papilas (4).

De igual manera, Cáceres y Espeitx recogen las quejas del consumidor por la falta de sabor de los alimentos: en lo que a los sabores se refiere, la producción de la agroindustria actual pierde a menudo la partida. Asimismo, apuntan que las lamentaciones ante la pérdida de calidad de los alimentos (casi siempre referida a su vertiente organoléptica) son frecuentes. Las quejas se dirigen en particular a las frutas y las hortalizas, los embutidos, el pollo y la carne, que ya no saben igual o simplemente ya no saben. Los tomates se convierten para muchos en el paradigma de esta situación y el recuerdo del tomate en la mata y de su sabor en la mesa parecen ser profundamente añorados (5).

Butrón señala que el bienestar económico, junto con la incorporación de ambos miembros de la pareja al mundo laboral, conllevó un cambio de valores culturales que afectaron directamente a la alimentación doméstica como eje en torno al que se ordenaba toda la vida social de las sociedades tradicionales. El vacío que dejó el ama de casa en las labores de intendencia se suplió con una mayor dedicación al tiempo de ocio. Además, indica que, cuanto mayor es el nivel de vida, menos son las ocasiones en las que se comparte mesa familiar a diario y más se desayuna, se come o se cena en el restaurante, con la consiguiente pérdida de la necesidad de saber administrar, de una manera lógica y saludable, la dieta diaria (6).

OPORTUNIDAD

La proximidad y la inmediatez de los productos de cercanía favorecen el consumo de alimentos frescos y más nutritivos, ya que han tenido poco o ningún tratamiento en la industria alimentaria y no se les ha añadido altos niveles de sal, azúcares y grasas saturadas, lo que se traduce en una dieta mucho más nutritiva y saludable. La cercanía permite reducir el tiempo de desplazamiento del centro de producción al de venta, donde los alimentos llegan en estado óptimo. Como no pasa mucho tiempo entre la recogida de estos productos y su consumo, la cercanía ofrece productos de temporada que están en su mejor sazón y los alimentos resultan más sabrosos.

Aranceta-Bartrina y cols. consideran que dedicar tiempo a las relaciones personales es un complemento a la pirámide de la alimentación saludable, y así convienen en que la posibilidad

de comer en compañía y la cocina participativa mejoran el nivel nutricional de los hábitos alimentarios y refuerzan los vínculos afectivos entre las personas que comparten alimentos, tareas culinarias y espacio vital. Parte de la educación alimentaria de los más jóvenes en la familia ha estado y está vinculada a ese proceso participativo (7).

CONTRIBUIR AL DESARROLLO SOSTENIBLE Y REDUCIR EL DESPILFARRO DE ALIMENTOS

La Asamblea General de las Naciones Unidas define el desarrollo sostenible como la satisfacción de las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades (8). Por su parte, la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) tiene como objetivo en la Agenda de 2030 el desarrollo sostenible.

En un mundo en el que el hambre sigue siendo uno de los desafíos más urgentes del desarrollo, debe colaborar para que los sistemas alimentarios reduzcan la pérdida y el desperdicio de alimentos. Hasta un tercio de todos los alimentos se estropea o se desperdicia antes de ser consumido por las personas. Es un exceso en una época en la que casi mil millones de personas pasan hambre, y representa una pérdida de mano de obra, agua, energía, tierra y otros insumos utilizados en la producción de estos alimentos. La pérdida y el desperdicio de alimentos hacen referencia a su merma en las etapas sucesivas de la cadena de suministro de alimentos destinados al consumo humano. Los alimentos se pierden o se desperdician en toda la cadena de suministro, desde la producción inicial hasta el consumo final de los hogares. La disminución puede ser accidental o intencional, pero en última instancia conduce a una menor disponibilidad de alimentos para todos (9).

Aranceta-Bartrina y cols. consideran la alimentación sostenible como complementaria a la alimentación saludable cuando se refieren a ella como la sostenibilidad en los procesos de obtención, distribución, transporte y preparación de los alimentos; puntos de gran importancia en el mantenimiento del ecosistema y de la salud del planeta. Reducir el despilfarro de alimentos, reutilizar las sobras con seguridad y reciclar adecuadamente (las tres erres) son prácticas relacionadas con los hábitos alimentarios y de consumo que contribuyen a la sostenibilidad medioambiental (7).

La globalización alimentaria y la especialización regional conllevan que los alimentos recorran largas distancias entre el lugar de producción y/o transformación y el consumo. Según Cáceres y Espeitx, el modelo de producción alimentaria especializada por regiones (con lo que supone a nivel del transporte) promueve el cuestionamiento, por parte de sectores críticos, del actual modelo de desarrollo económico y tecnocientífico. El incremento de la productividad agrícola propicia la deslocalización de la agricultura, no solo porque supone el abandono de aquellas áreas productivas que no son competitivas o rentables, sino también porque la producción se desplaza del autoabastecimiento a la comercialización entre zonas muy alejadas entre sí. La liberalización del comercio

mundial traslada el control de la producción al capital extranjero y fomenta las importaciones a bajo precio, lo que tendría como consecuencia la destrucción de los sistemas de producción locales, la emigración forzosa de la población local y el aumento de la pobreza, la desnutrición o el hambre (5).

OPORTUNIDAD

Aranceta-Bartrina y cols. consideran los productos de temporada y cercanía como aquellos que “suponen una acción decisiva en el marco de la sostenibilidad” (7), y es que los alimentos y la gastronomía de cercanía conllevan menos tiempo de desplazamiento. Cuando el producto se comercializa en la zona en la que se produce, se evita el consumo de combustibles contaminantes perjudiciales para el medioambiente. El menor coste del transporte hace que el precio final pueda ser más barato y el proceso más sostenible en términos medioambientales. Además, los alimentos de cercanía pueden generar menos despilfarro de alimentos: como la cadena de distribución es más corta, hay menos posibilidades de que los productos se deterioren en el proceso, se echen a perder y tengan que tirarse.

CONSERVAR LOS PATRIMONIOS CULTURALES ALIMENTARIOS Y GENERAR UN TURISMO GASTRONÓMICO SOSTENIBLE

Álvarez y Medina destacan cómo la creciente democratización de la sociedad civil y la ampliación de los derechos ciudadanos han impulsado en diversos países de uno y otro lado del Atlántico la alarma sobre dos tendencias significativas que revelan algunos de los rasgos más seductores de la cultura contemporánea. Subrayan cómo, por una parte, diversos grupos de la sociedad civil iniciaron por su cuenta diversos procesos de activación patrimonial con el objetivo de resaltar el valor cultural de determinados bienes, sitios o prácticas que les permitiesen afirmar su identidad social y/o modificar su posición subordinada y desigual en la sociedad. Por otra parte, resaltan cómo los propios Estados eran los que promovían, con diferente suerte y diversos sentidos, la participación de agentes y grupos sociales “tradicionalmente ausentes en estos procesos” en la patrimonialización (2).

Oliveira, parafraseando a Hall y Mitchell (10), define el turismo gastronómico como la visita a productores (tanto primarios como secundarios) de alimentos, festivales gastronómicos, restaurantes, bodegas y lugares específicos donde la degustación de alimentos y toda la experiencia inherente son el motivo principal para viajar, y pone como ejemplos la visita a una explotación agrícola o a una unidad fabril de producción de alimentos, el desplazamiento a un festival gastronómico, viajar con el propósito de ir a un determinado restaurante o hacer una ruta gastronómica (11). Sin embargo, para Butrón, el turismo gastronómico es un turismo interesado, *a priori*, “por la identidad del pueblo que pisa, por su cultura, sus raíces y el paisaje que lo envuelve todo. El desarrollo de las sociedades que lo acogen está en juego” (6).

OPORTUNIDAD

Un pueblo que cultiva y consume productos cercanos es soberano en sus modos alimentarios y decide sus propias políticas agroalimentarias. Los alimentos cercanos posibilitan la producción para autoconsumo y ventas en mercados locales, disminuyendo de esta manera la pobreza, la desnutrición o el hambre. Los alimentos y la gastronomía de cercanía crean puestos de trabajo en las zonas cercanas a su producción y en toda la cadena alimentaria (centros de producción, industria, comercialización o venta y restauración). La promoción de la gastronomía local atrae la inversión, a la vez que convierte las áreas de producción y venta de alimentos en destinos turísticos que llevan dinero a la zona. La salvaguarda de los patrimonios alimentarios, junto con la atracción turística por la gastronomía, son una oportunidad para generar ingresos económicos que pueden reinvertirse en toda la cadena alimentaria y en la hostelería y el turismo.

MANTENER NUESTROS PAISAJES Y SU DIVERSIDAD GENÉTICA

El Convenio Europeo del Paisaje del Consejo de Europa destaca que el paisaje desempeña un papel importante de interés general en los campos cultural, ecológico, medioambiental y social y, a su vez, es un relevante factor de calidad de vida y del bienestar individual y colectivo. Igualmente, este convenio insiste en que el paisaje es un recurso favorable para la actividad económica, capaz de contribuir a la creación de empleo (12). La FAO describe la diversidad genética como una herramienta secreta para luchar contra el cambio climático cuando afirma que la capacidad de las plantas y de los animales que usan los agricultores para soportar condiciones volátiles y adaptarse cuando el entorno cambia es el resultado directo de su diversidad genética. Muchas variedades y razas adaptadas localmente de cultivos y ganado (así como árboles, peces, insectos y microorganismos) están mal documentadas y pueden perderse antes de que se reconozcan sus posibles roles en la adaptación al cambio climático (13).

OPORTUNIDAD

Los alimentos cercanos pueden favorecer el cultivo de variedades autóctonas que han estado en peligro debido a la uniformidad alimentaria, fomentando la diversificación de la agricultura local que conserva la diversidad genética y reduce la dependencia de los monocultivos. De esta forma, se beneficia la reserva genética y el suelo. La demanda del producto cercano contribuye al mantenimiento del medio rural y litoral. Los campos y espacios de cultivo bien explotados y en funcionamiento alejan el desarrollo urbanístico de la zona. Nuestra actitud como consumidores de cercanía puede fomentar la protección del patrimonio paisajístico y territorial agroalimentario.

REFORZAR LA COHESIÓN SOCIAL Y DOTAR A LOS ALIMENTOS Y A LA GASTRONOMÍA DE SIGNIFICADO E IDENTIDAD

Contreras apunta que la evolución de la producción y de la distribución agroalimentarias ha hecho que se pierda progresivamente todo contacto con los agentes y el ciclo de producción de alimentos: su origen real, los procedimientos y las técnicas empleadas para su producción, su conservación, su almacenamiento y su transporte. Además, también precisa que, con la llamada “cocina industrial”, ni la composición ni la forma de los alimentos evocan un significado preciso y familiar, sino que pueden evocar cualquier cosa (4).

De León Arce considera que la “aculturización” producida en “la aldea global”, donde la presión de las multinacionales hace de la publicidad un valioso instrumento de convicción, establece una uniformidad en productos, elaboraciones y, en general, en los hábitos alimentarios (14). Por su parte, Cáceres y Espeitx estiman que cada sociedad construye una cultura alimentaria, y aunque todas partes de unos mismos elementos fundamentales, se despliegan en una gran diversidad de manifestaciones: sobre lo que es comestible o no, sobre prácticas y técnicas culinarias, sobre la forma de distribución y redistribución en el conjunto de la sociedad y en las formas de distribución intrafamiliar y sobre las consideraciones dietéticas, estéticas, religiosas, morales y éticas (5).

OPORTUNIDAD

Los alimentos y la gastronomía cercana favorecen la diversidad cultural y hacen que identifiquemos unos alimentos, recetas y gastronomía con determinados territorios. De alguna manera, nos dotan de identidad en este mundo globalizado. La alimentación cercana nos pone de nuevo en contacto con el ciclo de producción de los alimentos, a la vez que genera espacios adecuados (tiendas de barrio/pueblos y mercados) para poner en relación al medio rural con el medio urbano, al consumidor con el productor, creando un clima que genera vínculos entre ellos.

RESTABLECER LA CONFIANZA DEL CONSUMIDOR EN LA ALIMENTACIÓN

La llamada “artificialización” de la alimentación y el desconocimiento respecto de los modos de fabricación de los alimentos y de las verdaderas materias primas utilizadas en su elaboración provocan en el consumidor moderno una considerable incertidumbre, además de desconfianza y ansiedad (4). Butrón, refiriéndose a la alimentación en España, indica que desde la intoxicación masiva con aceite desnaturalizado de colza en 1981, la gripe aviario o la crisis de las vacas locas en la década de los noventa el consumidor mira con recelo aquellos productos en los que no puede leer perfectamente en sus etiquetas el contenido del envase (6). Por su parte, De León Arce, en referencia a la seguridad alimentaria,

menciona que es un problema global que afecta a todos, por lo que en un mercado globalizado la intervención de los poderes públicos resulta fundamental para garantizar a cada ciudadano, de un extremo a otro del mundo, que los alimentos que consume son realmente sanos y seguros (14).

OPORTUNIDAD

La alimentación y la gastronomía de cercanía pueden resolver los problemas que la propia industria ha generado en los consumidores, restableciendo la confianza y la seguridad en la inocuidad sanitaria de sus propios productos (en relación a las consecuencias de su ingesta y a las que su producción puede tener para el medioambiente) y en su calidad organoléptica.

CONCLUSIONES

Los alimentos y la gastronomía cercana nos ofrecen la oportunidad de satisfacer las demandas de los consumidores. Ahora bien, las oportunidades que este tipo de alimentos y gastronomía pueden brindar deben ponerse en valor, de tal manera que los consumidores reflexionen sobre ellas y valoren la posibilidad de cambiar sus hábitos a la hora de comprar y alimentarse. Los prescriptores de salud, las instituciones públicas y las escuelas han de redoblar los esfuerzos para fomentar este tipo de alimentación para que nuestra sociedad esté más sana, se desarrolle de una manera sostenible y esté más conectada e identificada con los territorios que habita. Si se reestablece la confianza en la alimentación, quizá consigamos encontrar soluciones a los problemas sociales que, derivados de dicha desconfianza, nos atañen a todas y a todos.

BIBLIOGRAFÍA

1. Diccionario de la Lengua Española. Real Academia Española. [consultado 12 de julio de 2017]. Disponible en: <http://dle.rae.es/>
2. Álvarez M., Medina X. Identidades en el plato. El patrimonio cultural alimentario entre Europa y América. Observatorio de la alimentación. Icaria; 2008.
3. Pirámide NAOS. [consultado 12 de julio de 2017]. Disponible en: http://www.aecosan.mssi.gob.es/AECOSAN/web/nutricion/subseccion/piramide_NAOS.htm
4. Contreras J. Los aspectos culturales en el consumo de carne. En: Gracia M, editor. Somos lo que comemos. Estudios de alimentación y cultura en España. Barcelona: Ariel Antropología; 2008. pp 221-48.
5. Cáceres-Nevot J, Espeix-Bernat E. Comensales, consumidores y ciudadanos. Una perspectiva sobre los múltiples significados de la alimentación en el siglo XXI. Montesinos; 2010.
6. Butrón I. Comer en España. De la subsistencia a la vanguardia. Península; 2011.
7. Aranceta Bartrina J, Arija Val V, Maiz Aldalur E, Martínez de Victoria Muñoz E, Ortega Anta RM, Pérez-Rodrigo C, et al. Guías alimentarias para la población española (SENC, diciembre 2016); la nueva pirámide de la alimentación saludable. *Nutr Hosp* 2016;33(Supl. 8):1-48.
8. Asamblea General de las Naciones Unidas. Presidente del 65º periodo de sesiones. Desarrollo sostenible. [consultado 12 de julio de 2017]. Disponible en: <http://www.un.org/es/ga/president/65/issues/sustdev.shtml>
9. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. Pérdida y desperdicio de alimentos. [consultado 12 de julio de 2017]. Disponible en: <http://www.fao.org/food-loss-and-food-waste/es/>
10. Oliveira S. La gastronomía como atractivo turístico primario de un destino. *El Turismo Gastronómico en Mealhada-Portugal. Estudios y perspectivas en Turismo* 2001;20(8):738-52.
11. Paisajes de Oportunidad. Convención Europea del Paisaje y Participación: las acciones piloto del proyecto PAYS.MED.URBAN; 2011:4.
12. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. La diversidad genética: una herramienta secreta para luchar. [consultado 12 de julio de 2017]. Disponible en: <http://www.fao.org/news/story/es/item/275178/icode/>
13. De León Arce A. Políticas alimentarias y seguridad del consumidor. Alimentación, consumo y salud. Obra social Fundación "la Caixa"; 2008.
14. Hall M, Mitchell R. Wine and food tourism. In: Douglas N, Derritt R (edits). *Special interest Tourism: context and cases*. Brisbane: John Wiley & sons; 2001. pp. 307-39.