

Los valores ligados a la alimentación en las etnografías españolas del siglo XXI

MORO GUTIÉRREZ, Lourdes, LAMARQUE, Muriel <<http://orcid.org/0000-0002-4149-2334>> and TOMÉ MARTÍN, Pedro

Available from Sheffield Hallam University Research Archive (SHURA) at:

<https://shura.shu.ac.uk/36080/>

This document is the Published Version [VoR]

Citation:

MORO GUTIÉRREZ, Lourdes, LAMARQUE, Muriel and TOMÉ MARTÍN, Pedro (2025). Los valores ligados a la alimentación en las etnografías españolas del siglo XXI. Archives on Food, Culture and Nutrition (AFOCUN), 3 (1), 53-74. [Article]

Copyright and re-use policy

See <http://shura.shu.ac.uk/information.html>



**LOS VALORES LIGADOS A LA ALIMENTACIÓN EN LAS ETNOGRAFÍAS
ESPAÑOLAS DEL SIGLO XXI**

**FOOD-RELATED VALUES IN SPANISH ETHNOGRAPHIES DURING
THE 21ST CENTURY**

**OS VALORES LIGADOS À ALIMENTAÇÃO NAS ETNOGRAFIAS
ESPANHOLAS DO SÉCULO XXI**

MORO GUTIÉRREZ, L.

Universidad de Salamanca

moro@usal.es

Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-2009-0413>

LAMARQUE, M.

Sheffield Hallam University

m.lamarque@shu.ac.uk

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-4149-2334>

TOMÉ MARTÍN, P.

Instituto de Lengua, Literatura y

Antropología (ILLA-CSIC)

pedro.tome@csic.es

Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-5380-5994>

Recibido: 04/04/2025

Aceptado: 19/05/2025

RESUMEN

Nuestra alimentación y las costumbres a la hora de comer están profundamente arraigadas en la cultura y sociedad a la que pertenecemos e influidas por factores sociales y económicos. La alimentación y los comportamientos alimentarios se enmarcan en un sistema sociocultural específico, propio y diferente en cada grupo, y expresión de un estilo de vida. Si nos preguntamos ¿por qué comemos lo que comemos? la respuesta nos debería llevar a considerar aspectos socioculturales e históricos, además de los biológicos y bioquímicos propios de la nutrición. Entre la variedad de alimentos a los que podemos acceder seleccionamos aquellos que preferimos por su valor social, ecológico y/o económico; comemos lo que tenemos más accesible y lo que preferimos (y podemos) consumir. Elegimos culturalmente lo que comemos, cuándo lo comemos y con quién lo comemos, además de las características de los alimentos en cuanto a aspectos como su procedencia (local, industrial), elaboración (crudo, conserva), proceso de cocinado y otros factores socioculturales como el género, el marketing, las tradiciones, las modas o el estatus. Sin embargo, los factores socioculturales han sido habitualmente descuidados en el estudio de la alimentación. En consecuencia, planteamos la necesidad de reflexionar etnográficamente sobre el carácter social de los valores asignados a los alimentos como expresión del interés individual y grupal de optar a una alimentación saludable y respetuosa con el medio ambiente.

Palabras clave: Etnografía; valores; alimentación; cultura; Antropología de la alimentación.

ABSTRACT

Our diet and eating habits are deeply rooted in the culture and society to which we belong and influenced by social and economic factors. Diet and eating habits are framed within a specific sociocultural system, unique and different for each group, and an expression of a lifestyle. If we ask ourselves why we eat what we eat, the answer should lead us to consider sociocultural and historical aspects, in addition to the biological and biochemical aspects of nutrition. From the variety of foods available to us, we select those we prefer for their social, ecological, and/or economic value; we eat what is most accessible and what we prefer (and can) consume. We culturally choose what we eat, when we eat it, and with whom we eat it, in addition to the characteristics of foods in terms of aspects such as their origin (local, industrial), preparation (raw, preserved), cooking process (Espeitx and Cáceres, 2011), and other sociocultural factors such as gender, marketing, traditions, fashions, or status. However, works such as that of Medina and Aguilar (2022) point out that sociocultural factors have often been neglected in the study of food. Consequently, we propose the need to reflect ethnographically on the social nature of the values assigned to food as an expression of the individual and group interest in opting for a healthy and environmentally friendly diet.

Keywords: Ethnography; values; food; culture; Anthropology of food.

INTRODUCCIÓN

La combinación de los términos alimentación y cultura ha dado lugar al concepto de cultura(s) alimentaria(s) para hacer referencia a las prácticas y creencias relacionadas con la comida, compartidas por un grupo social. Comprende las actividades e ideas definidas por los grupos para obtener los alimentos del entorno, abarcando a todo el proceso alimentario, incluyendo el almacenamiento, la conservación y la preparación de los alimentos y atendiendo también a los aspectos simbólicos y materiales que conciernen a las distintas fases de la cadena (Espeitx, 2004). El acto de comer no se entiende solamente como un acto individual, sino que también aporta información sobre el funcionamiento general del grupo, ya que antes de ser comidos los alimentos tienen que haber sido preferidos, escogidos, preparados, ofrecidos y simbolizados, lo cual es materia cultural (Contreras y Gracia, 2005; Gracia, 2010). De hecho, el consumo de un tipo específico de alimentos puede simbolizar un estilo de vida particular que, en ocasiones, puede servir como marca de identificación de un determinado grupo. En ese sentido, la distinción en función del gusto, como explicitó Bourdieu (1988) no puede desligarse de un determinado contexto sociohistórico. La elección de alimentos contribuye a la construcción de una realidad compartida, de un orden político y moral: al elegir lo que comemos mostramos que somos parte de un grupo y construimos qué y cómo es ese grupo (Moro y Lamarque, 2020). Justamente por ello, la cultura(s) alimentaria(s) no puede tratarse como una realidad única, ya que suele existir una superposición de experiencias y contextos en los que cada sujeto puede participar según distintos momentos. Los valores socioculturales que los actores de la cadena alimentaria atribuyen a los alimentos desempeñan un papel fundamental en la cultura alimentaria. Esta no solo determina qué comemos, sino también cómo lo preparamos, con quién lo compartimos y el significado que le damos a la comida.

Estos valores son difíciles de categorizar pues, además de ser mudables y flexibles, están interrelacionados y son transversales en ámbitos sociales, ambientales-ecológicos, económico-políticos y de la salud (Lamarque, Tomé y Moro, 2023). Máxime en un contexto en el que tanto los alimentos como las costumbres alimentarias parecen estar sometidas a grandes cambios. El carácter transversal de los valores intrínsecos a las prácticas y representaciones sobre la alimentación motiva que su estudio se realice desde diferentes disciplinas sociales, económicas, ambientales y sanitarias.

El objetivo de este texto¹ no es presentar una revisión sobre el desarrollo histórico de las últimas décadas en la Antropología de la Alimentación en España (para ello pueden consultarse numerosos y destacados estudios)², sino una reflexión sobre la atención etnográfica a los valores que vehiculan la relación entre la alimentación y la cultura y su vinculación con la sostenibilidad, dado el interés que cada vez mayor número de personas (y grupos) manifiestan por conseguir un entorno alimentario sostenible.

En lo que a la Antropología se refiere, se podría decir que *in a very real sense, anthropology could be said to have emerged around questions of value, and such questions have remained just below the surface of just about every important theoretical debate* (Graeber; 2013: 219-220). Las obras clásicas de Boas sobre el potlatch de los kwakiutl, los interrogantes de Roy Barton acerca de qué otorga valor a un objeto en *Ifugao economics* o las discusiones de Malinowski sobre la conducta “antieconómica” de los trobriandeses, por citar algunas, darían prueba de ello. Serían, sin embargo, las discusiones de Mauss (1924) a propósito del don, incluyendo las reflexiones que suscita sobre conceptos como redistribución, intercambio y reciprocidad, las que sitúan las teorías sobre el valor en primer plano de la discusión. Poco más de dos décadas después también lo hará Kluckhohn (1951: 391) que define el valor como... *una concepción de lo deseable, explícita o implícita, distintiva de un individuo o característica de un grupo, que influye en la selección de los modos, medios y fines de la acción*. Por su parte, Kenny (1962: 280) enfatizará los efectos de los valores sobre los comportamientos al definirlos como *una serie de concepciones a partir de las cuales el sistema social evoluciona e impone un tipo preferido de conducta; que puede abstraerse mediante el*

¹ Este trabajo define nuestra colaboración en el proyecto I+D+I *Las redes alimentarias sostenibles como cadenas de valores para la transición agroecológica y alimentaria. Implicaciones para las políticas públicas territoriales*. En dicho proyecto, desde el ámbito de la Antropología, contribuimos en el estudio de estas redes como iniciativas con un marcado carácter social que valorizan la alimentación con el menor impacto posible sobre las personas y el medio ambiente y que representan una manera diferente de entender la relación entre la alimentación y el medio social y ambiental.

² Gracia (2002) señala el trabajo de Renate Leliep realizado durante los años sesenta como el primer estudio de Antropología de la Alimentación realizado en España en el que se ponía de manifiesto la relación entre la cultura y la alimentación. A partir de aquí los trabajos de este ámbito de la Antropología van apareciendo en congresos y seminarios de manera regular hasta nuestros días, lo que es indicativo del reconocimiento de la subdisciplina como también podemos constatar en las numerosas publicaciones, grupos de investigación y asignaturas impartidas en distintos Grados y programas de Doctorado en las universidades españolas. Este recorrido puede consultarse, entre otros, en los trabajos de Gracia (2002; 2010) y de López, Mariano y Medina (2016).

análisis pero que puede no ser reconocido o verbalizado conscientemente por todos los miembros de la sociedad.

A medida que avanza el siglo XX, las teorías antropológicas sobre el valor o los valores producirán nuevos hitos en su discusión. Entre ellos, por nombrar algunos de los más conocidos, no pueden dejar de citarse el examen sobre qué es una sociedad igualitaria que lleva a cabo Louis Dumont (1970) en su *Homo Hierarchicus*; el planteamiento sobre la génesis social del valor que introduce Arjun Appadurai (1986) al plantear su teoría sobre la vida social de las cosas; o el cuestionamiento de la utilización universal de las categorías de las ciencias sociales que lleva a efecto Marilyn Strathern (1988) al relacionar en *El género del don* las economías del don con la Antropología melanesia y la Antropología feminista.

El final del siglo XX y comienzo del XXI trae una auténtica explosión de reflexiones sobre la noción de valor en la antropología (Robert Foster, Webb Keane, Terence Turner, David Pedersen o Paul K. Eiss, entre otros (Pedersen 2008)), que desde posiciones diferentes posibilitan un cambio teórico que hace que la noción misma de valor pase a entenderse como una cualidad relacional surgida de procesos interdependientes. En este contexto, surge un primer intento de formular una teoría sintética del valor por parte de Graeber (2001) quien en *Hacia una teoría antropológica del valor*, tras realizar un recorrido histórico por las limitaciones que han tenido las diferentes nociones de valor utilizadas en Antropología, adopta como punto de partida que el valor puede contemplarse como *the way in which actions become meaningful to the actor by being incorporated in some larger, social totality -even if many cases the totality in question exists primarily in the actor's imagination* (Graeber 2001: XII). Casi al mismo tiempo, Eiss y Pedersen (2002) editaban un número monográfico de *Cultural Anthropology* con el título de "Value in Circulation", en el que asumían que investigar sobre el valor ha significado a menudo elegir entre centrarse en las relaciones sociales o en los objetos, en la composición de las personas o de los sistemas políticos, en los sistemas de significado o en los modelos de acción. El monográfico exploraba cómo *el valor como concepto teórico y modo de análisis reside en su capacidad para trascender tales oposiciones y ofrecer una rúbrica multidimensional para la investigación crítica transdisciplinar* (Eiss y Pedersen, 2002: 283).

Más recientemente, la etnografía de Galina Kallio (2020) sobre diferentes colectivos alimentarios ha puesto en duda la creencia de que el valor reside en algo que la gente comparte o en algo que los objetos tienen y lo plantea como un objetivo ideal al que se aspira mediante las prácticas y que

evoluciona continuamente en la acción. Al plantear la existencia de distintos “modos de valoración”, es decir, evaluación y asignación de valor por parte de los partícipes en las comunidades, Kallio muestra cómo los valores pueden tener significados diferentes para las personas, incluso aunque compartan un mismo entorno, y que pueden presentarse de modo diferencial atendiendo al género, la edad, la posición social, etc. A su vez, la netnografía sobre el sistema alimentario sueco de Gruvaeus y Dahlin (2021), aplicando a consumidores y productores de alimentos locales el clásico concepto de revitalización de Wallace, muestra cómo las nuevas redes digitales añaden a las culturas alimentarias el valor de la “simplicidad” (*simplicity*) al ofrecer una mayor oportunidad de participar en el mismo gracias a las herramientas digitales. Es decir, *si las convenciones predominantes de los sistemas alimentarios se entienden como rígidas y orientadas a ciertos valores que no son compatibles con la valoración de la pequeña escala y la relación integral, las redes sociales permiten la plasticidad en la iteración de rutinas y estructuras cognitivas que respaldan una comprensión alternativa de la calidad* (Gruvaeus y Dahlin, 2021:18).

Estas discusiones no han sido ajenas a la antropología realizada en España. Las raíces del análisis de los valores, particularmente el modo en que afectan a la cotidianeidad y los estilos de vida, arrancan con trabajos, entre otros, como los de Lisón (1966), Arguedas (1968), Aceves (1971), Moreno (1972), Mira (1973) y Luque (1974).

Con el objetivo de mostrar cómo esas reflexiones a propósito de los valores se han concretado más recientemente, en este texto presentamos un recorrido por la mirada etnográfica sobre algunas de las experiencias antropológicas presentadas en España durante las dos últimas décadas. De manera especial, se hace referencia a los trabajos en el campo de la Antropología de la Alimentación que nos permiten conocer aspectos vinculados con otros ámbitos de estudio de la antropología como la economía, la geografía, la ecología, la política o el género (Gracia, 2010) en los que también se aborda la relación entre alimentación, cultura y valores y que permiten el conocimiento multidisciplinar necesario para su estudio. Llevamos a cabo una revisión bibliográfica cualitativa basada en criterios específicos para identificar los trabajos y autores de mayor impacto en esta área de estudio.

Acotar la mirada a las dos últimas décadas responde, por una parte, a cuestiones meramente coyunturales como la limitación de espacio del texto y, por otra parte, al profundo cambio registrado entre esos primeros estudios citados (que solo ocasionalmente se centran de manera explícita en la

relación entre valores y alimentación) y el destacado papel que adquiere el estudio de la relación entre la alimentación y la cultura durante estas últimas décadas. Simbólicamente, este tiempo está definido por la presidencia de Xavier Medina de la ICAF-España (*International Commission on the Anthropology of Food and Nutrition*) en el año 2000 que marca un hito fundamental en la Antropología de la Alimentación en el país. A partir de estas fechas comienza un amplio desarrollo que lleva al *despegue* actual de la subdisciplina, en palabras de Conde, Mariano y Medina (2023). La consolidación de la Antropología de la Alimentación en España (Aguilar, 2014; López, Mariano y Medina, 2016) (y en Latinoamérica³) da lugar a destacadas investigaciones en las que se analiza la alimentación desde diversas perspectivas con un hincapié especial en la esfera patrimonial (que presta una atención destacada al turismo gastronómico), en el estudio de los valores patrimoniales de la dieta mediterránea y su vinculación con la salud, en el análisis de la relación de las redes sociales con la alimentación, en la seguridad alimentaria o en los procesos de revalorización alimentaria y/o gourmetización.

Desde este periodo se ha venido desarrollado un amplio trabajo en el ámbito de la Antropología de la Alimentación paralelo al desarrollo de nuevas prácticas de alimentación vinculadas al enérgico interés de los consumidores por saber más sobre la comida, así como sobre el cuidado de la salud y el medio ambiente (Amaya-Corchuelo, Fernández y Aguilar, 2018; Larrea-Killinger et al, 2019; Tomé, 2021; Medina et al., 2021). A este hecho se unen los profundos cambios que a su vez se están produciendo en la industria agroalimentaria, vinculados con la globalización de la economía a la par que con la variabilidad cultural de los sistemas alimentarios y que están propiciando también cambios en la percepción de la alimentación (Cáceres y Espeitx, 2012). Esto repercute directamente en la configuración de la cultura(s) alimentaria(s) en cada contexto social y empuja a los productores (y distribuidores) a optar por una vía más global y estandarizada en las formas de producción o bien por soluciones más alternativas y locales que definan una identidad alimentaria propia (Contreras, 2019).

³ En Latinoamérica el enfoque siempre estuvo más ligado a la conservación de conocimientos y formas de hacer tradicionales, sin una necesaria asociación con la explotación económica de ello. En este ámbito puede consultarse, entre otros, los trabajos de López (2001) y López, Mariano y Medina, (2016).

LA MIRADA ETNOGRÁFICA DE LOS VALORES EN LA CULTURA(S) ALIMENTARIA(S)

El sistema alimentario es cada vez más complejo tanto en lo que se refiere a la producción y transformación de los alimentos como en las tendencias de los consumidores respecto a sus elecciones de unos productos frente a otros. A ello se suman los cambios que provoca la transformación social en la aparición de nuevos valores culturales en el hecho alimentario, provocando que cada vez más personas busquen conseguir y participar de un entorno alimentario sostenible y saludable, acorde a ideologías y modos de entender la vida diferente a lo establecido por el sistema alimentario hegemónico y que va más allá de la alimentación como mera nutrición y del simple abastecimiento de alimentos. El consumo de productos ecológicos (certificados) y sostenibles (no certificados) está pasando de ser un acto excepcional a apreciarse como nunca antes, como probaría que los grandes distribuidores estén dedicando cada vez más espacio en los centros comerciales a productos con tales etiquetas. El método etnográfico permite explorar de una forma holística y comparativa, los conocimientos y comportamientos de las personas que participan en un grupo social y cómo viven e interpretan sus experiencias (Contreras y Gracia, 2005; Gracia, 2010) y por ello será fundamental para analizar estos valores que sustentan las diferentes cultura(s) alimentaria(s).

Cuando pueden, algunas personas optan por alimentos que reúnen unos determinados valores (transversales e interconectados), que comparten y que les definen e identifican como grupo frente a las personas que no comparten ese modo sociocultural de entender la alimentación. En algunos casos, las prácticas socioalimentarias compartidas se expresan a través de redes comunitarias organizadas, que intentan configurar entornos de cooperación y reunir personas con intereses afines. Cuando la comida se vincula simbólicamente también al territorio se genera una cierta idea de pertenencia y *sentido de comunidad* particulares como se recoge en las etnografías que abordan la alimentación desde una perspectiva patrimonial y en las que se analiza la vinculación entre la alimentación, el espacio geográfico y la *identidad*⁴ (Álvarez y Medina, 2008). Estos trabajos reflexionan sobre el patrimonio alimentario ahondando en los valores que hacen referencia a los productos *de la tierra*,

⁴ Somos conscientes de que hay muchísimas definiciones de “identidad” pero en este artículo nos referiremos a aquello que dicen nuestros informantes sobre una forma propia de subjetividad (¿política?) que, mediante la defensa de unos valores en permanente construcción y reconstrucción, les permite insertarse en unas redes alternativas a las del mercado desde una hipotética alteridad.

*locales*⁵. En esta línea podemos señalar los trabajos de Espeitx (2004) y Contreras, Cáceres y Espeitx (2003). Espeitx (2004) señala que la patrimonialización de la cultura alimentaria convierte productos y platos tradicionales en potentes recursos turísticos, equiparables a otros elementos del patrimonio cultural. O cómo se han gourmetizado alimentos que durante décadas se identificaban con la alimentación de las clases subalternas (López-Lago y Pedret, 2023; Rivero, Conde y Mariano, 2024). Este proceso impulsa el desarrollo económico de los territorios, ya que la gastronomía se utiliza como un atractivo turístico clave. La explotación de estos recursos, llevada a cabo por diversos agentes, demuestra la eficacia de la cultura alimentaria como motor turístico y económico (Aguilar, Merino y Migens, 2003; Ribas, 2014).

La alimentación trasciende la mera necesidad biológica, convirtiéndose en un poderoso vehículo de expresión social. A través de nuestras elecciones alimentarias, manifestamos tanto nuestra identidad colectiva como nuestra individualidad. Como señala Fischler (1979), la alimentación tiene esta doble función: afirmar la identidad propia y, simultáneamente, reconocer y aceptar la diferencia (la alteridad) en los demás.

La alimentación tiene un valor social que se expresa a través de la identidad y otro, igualmente social pero vinculado a procesos de individuación. Las elecciones alimentarias crean un sentimiento de identidad, aunque también fomentan la alteridad (Fischler, 1979). La identidad representa un valor social de la comida como signo y símbolo social. Este sentimiento se manifiesta a través de la revalorización de los saberes tradicionales que implica la recuperación y visibilización de productos y de platos característicos de un territorio, que han desaparecido o están camino de desaparecer, y la consideración de que la cocina constituye un patrimonio cultural importante que debe ser preservado por razones ecológicas y culturales (Cantero y Ruiz-Ballesteros, 2012; Borrás y Cifre, 2022; Cáceres, 2023). Contreras y Gracia (2005:

⁵ En la reciente literatura sobre el tema existe una recurrente distinción que aquí solo nombramos, pero en cuya discusión no entramos por exceder los límites de este trabajo. Nos referimos a la diferencia entre *localty food* o *localness* y “*local food*”. El primer concepto hace referencia a aquellos alimentos a los que se asocia la referencia a una localidad específica o una “tierra”, como si se tratase de una marca, pero cuyo destino son mercados diferentes a los de la propia localidad: alimentos locales para gente no local. Sin embargo, la expresión “*local food*”, hace referencia a aquellos alimentos producidos en una determinada región para ser consumidos en la propia región. No entramos aquí en las múltiples implicaciones que esta distinción tiene para discutir acerca de sistemas alimentarios territorializados. Al respecto puede verse Nemes et al. (2023). Agradecemos a José Luis Vicente Vicente que nos llamase la atención sobre esta distinción en los Seminarios del Proyecto Alisos.

453-455) señalan que la alimentación contribuye a generar identidad ya que la cultura alimentaria es resultado de un largo aprendizaje que comienza en la infancia, vinculada a los saberes, conocimientos y prácticas culturales en un determinado territorio y que recoge y refleja las formas de alimentarse, los productos que se consumen y cómo se cocinan en función de los recursos locales. Estos mismos autores señalan que de este modo aparece y se desarrolla el *mercado de los particularismos alimentarios de carácter local*, que deben ser preservados porque forman parte y constituyen, un patrimonio cultural (Contreras y Gracia, 2005: 453).

Los *alimentos producidos en casa* satisfacen una necesidad psicológica individual y se han convertido en un marcador de identidad rural y símbolo de prestigio social (Cantarero, 2011) se sienten orgullosos de vivir en el pueblo y de consumir productos cultivados y cocinados por ellos de “forma tradicional”. La *calidad* y el territorio se consideran valores que definen la nueva ruralidad interesada por la protección del medio ambiente, la ordenación sostenible del territorio y la producción de alimentos naturales. Esto explica el auge en el consumo de productos locales y una imagen del medio rural vinculada a valores derivados de la calidad, naturaleza y tradición (Lozano y Aguilar, 2010) y en oposición a la imagen que proyecta el medio urbano. Se pasa de un modelo en el que prima la cantidad a uno en el que prima la calidad, que se expresa a través de certificaciones y etiquetas que aseguran la vinculación de un producto a un territorio, una materia prima, un saber-hacer y unas técnicas de elaboración y producción específicas, con productos más naturales y seguros (Lozano y Aguilar, 2010). Los productos de calidad se presentan como aval de seguridad alimentaria y además con el valor añadido que le proporciona su vinculación con un territorio concreto (Aguilar, Amaya-Corchuelo y López, 2016). Otros trabajos relacionan esta calidad con otras dimensiones como el placer que produce el consumo de determinados alimentos (Contreras y Gracia, 2008; Amaya-Corchuelo, Fernández y Aguilar, 2018).

Las personas que optan por alimentos ecológicos no lo hacen solamente por motivos nutricionales. Para estas personas la alimentación ecológica representa una determinada manera de entender el mundo en la que se presta una atención holística a la salud (física, emocional y espiritual) y a la búsqueda de bienestar y equilibrio con el entorno y con el universo (Begueria, 2016). Si la alimentación comporta una postura moral -como señalaba Fischler (1979)-, en el trabajo de Begueria (2016) esta moral se expresaba principalmente a través de valores positivos como la frescura de los alimentos recién recogidos, la tranquilidad de una relación personal con el agricultor, la socialización que permiten los grupos de consumo, la conservación de la tradición (tanto

agraria como culinaria) y el equilibrio físico, espiritual y emocional que suponían estos alimentos. Estos valores les identifican como una comunidad diferente a otras que no los aprecian con el mismo interés.

Una alimentación adecuada es uno de los factores determinantes para tener una buena salud⁶ pero ¿qué significa saludable? y ¿qué características debe cumplir un alimento para que sea saludable? El concepto de alimentación saludable es una concepción individualizada que, aunque socialmente mediada, puede condicionar la toma de decisiones sobre qué comer y cómo. A la vez, en cuanto es compartida por un grupo de personas se convierte en colectiva y variará en función de aspectos como los avances científicos, las transformaciones socioculturales y los contextos específicos (De Moraes et al., 2020). En el proceso de selección alimentaria influye la manera de clasificar los alimentos en cada cultura; cómo los describen y que características les otorgan nos permitirá comprender los significados que les atribuyen (De Moraes et al., 2018) y las prácticas alimentarias que generan. Podemos encontrar algunas categorías generales (a la sociedad occidental o europea, por ejemplo) pero los contenidos de cada una de ellas pueden variar en función del territorio y de las personas, siendo muy relevantes para unas e irrelevantes para otras. Por ejemplo, en algunos grupos de consumo agroecológico, para que un alimento sea sano debe ser un producto poco procesado, que respete el medio ambiente en su producción y que provenga de un entorno de proximidad (Moro y Lamarque, 2020). Pero podemos encontrar categorías ampliamente compartidas, por ejemplo, alimentos industriales y otras con mayor variabilidad (Espeitx y Cáceres, 2019), como alimentos saludables. Begueria (2016) señalaba que para una de sus informantes comer carne de vez en cuando formaba parte de la cultura gastronómica local y era saludable, sin embargo, otra informante que era vegetariana no lo consideraba de la misma forma.

Una de las posibles maneras de clasificar los alimentos parte de asignarles atributos positivos o negativos, diferenciando entre buenos y malos, y vinculando la salud con los primeros. En el citado trabajo de Begueria (2016), los informantes sí compartían que un consumo alto de carne se asociaba con una alimentación poco saludable, mientras que, por el contrario, el consumo de vegetales era considerado mayoritariamente como un alimento bueno y, por lo tanto, sano. Seguir una dieta rica en alimentos vegetales, frutas, hortalizas, bajo consumo de carne y, en general, el consumo de productos

⁶ Una de cada cuatro personas muere en el mundo a causa de una dieta inadecuada (Afshin, et al., 2019).

ecológicos se asocia mayoritariamente con la búsqueda de la salud. Para algunos informantes un alimento saludable además tiene energía, transmite vigor y nutrientes. Esto se relacionaría con una forma de entender el cuerpo en la que la fuerza, potencia y vigor serían sinónimos de salud. En el trabajo etnográfico de Cantarero (2011) los habitantes del valle de Basa manifiestan que necesitan esta energía para trabajar y que se la aportan los alimentos que sacian, que no son las frutas y verduras como señalaba Begueria (2016), pues ellos consideran que frutas y verduras no alimentan (lo suficiente). Sin embargo, las mujeres del valle sí toman cada vez más frutas y verduras en parte por la presencia constante en los medios de comunicación de lo que se considera una dieta saludable.

Los alimentos saludables son considerados *naturales*, ricos en alguna sustancia beneficiosa para la salud, como vitaminas y minerales y otros compuestos llamados funcionales (como el licopeno) y están desprovistos de contaminantes y aditivos químicos. Los alimentos naturales son puros, *buenos y de la tierra*. Principalmente producidos ecológicamente a poca distancia de donde se consumen, poco transformados y con el menor añadido de sustancias como grasas, azúcares o sal. Un alimento producido ecológicamente, de proximidad, de temporada, fresco, crudo o preparado en casa, representaría lo más natural y, por lo tanto, sería concebido cultural y simbólicamente como más saludable (De Moraes et al., 2018: 65).

En la citada etnografía de Cantarero (2011) los habitantes del valle de Basa otorgan una alta valoración a los *alimentos producidos en casa* (aunque en los tiempos actuales no haya escasez alimentaria), que son catalogados como naturales y no manipulados (animales criados en el monte, alimentados con hierbas, alfalfa, desechos orgánicos y huertos abonados con estiércol), a los que se dedica el tiempo adecuado en el proceso de preparación (en casa los platos son más naturales porque se cocinan lentamente y esto aumenta su valor) y, en el caso de las frutas y verduras, se deja que maduren el tiempo necesario. Para ellos que un alimento sea natural significa que es *sano* y que *alimenta*. Son alimentos que definen como conocidos, familiares y tradicionales. La asociación de un alimento con la naturaleza le aporta cualidades positivas: salud, familiaridad y pertenencia rural. Aunque académicamente podamos encontrar diferentes reflexiones sobre qué se considera tradicional y qué no, en el ámbito cotidiano no hay problema en definir *tradicional como aquello que se ha consumido desde hace mucho tiempo en el lugar donde viven o que se consumía en el territorio de donde creen que procede. Puede ser aquel plato o producto que de manera recurrente consumían las familias en un entorno determinado y no en otro, lo que consumen o hemos visto*

consumir y elaborar a madres y abuelos (Cáceres, 2023: 31-32). Para las personas mayores la industrialización y la innovación tecnológica representa la frontera entre lo tradicional y lo que no lo es (Cáceres, 2023:32). Algo nuevo (un producto o una manera de producirlo o comerlo) pero no industrial puede ser considerado tradicional. Esto nos remite a la idea planteada hace mucho por Anthony Arnhold (1986), que lleva a identificar “lo tradicional” con “lo de siempre” apelando a una supuesta inmutabilidad de una sociedad que deja de ser la real para convertirse, mediante la construcción de un pasado más o menos mitificado, en ideal (o tradicional).

Para que los alimentos sean considerados de la tierra deben cumplir dos requisitos: depender de determinadas condiciones del lugar donde se producen, como el clima o el suelo y, en segundo lugar, su producción y elaboración deben ser consideradas como propias y exclusivas de ese lugar y desde tiempo atrás, es decir, es un producto tradicional, con independencia de que exista un producto semejante, pero con nombre diferente, en otro lugar (Tomé, 2017: 182). Si son productos elaborados deben además cumplir otro requisito, ser artesanos, que se elaboren por pequeños productores en pequeñas explotaciones o empresas, de forma no industrial, no masificada y en cierta forma, cada uno de manera individual. Las connotaciones asociadas al valor de los alimentos de la tierra son mayoritariamente positivas: tienen mayor sabor, frescura, aroma, textura y son más sostenibles y respetuosos con el medio ambiente. Aunque también pueden señalarse algunos aspectos que pueden indicar unas connotaciones negativas como el precio (suele ser más elevado) (Tomé, 2018), la accesibilidad y, en algunos casos, un mayor contenido en grasas o en sal, aspecto que ahora se valora negativamente en términos nutritivos (Espeitx, 2011).

Este valor tradicional y de la tierra de los alimentos implica atributos que lo vinculan con la seguridad alimentaria de una forma positiva pero que también puede tener una cara negativa. El riesgo alimentario puede estar en la cantidad y el tipo de productos tóxicos que pueden contener los alimentos, en la contaminación de la cadena alimentaria con el uso de pesticidas y aditivos alimentarios y en las condiciones higiénicas y de salubridad (Espeitx, 2011; Colomer, Clotet y González, 2016; Begueria, 2017; Espeitx y Cáceres, 2019). La cara positiva considera que los alimentos naturales tienen menos riesgos y por eso son más sanos porque sus formas de producción son poco agresivas y protegen el medio ambiente.

Por el contrario, los alimentos no saludables son considerados malos, inadecuados, que engordan y agrupan a los alimentos ultraprocesados (ricos

en grasas, azúcar, sal y aditivos químicos) y a aquellos que presentan contaminantes (como los pesticidas) (De Moraes et al., 2018: 61-62). Son considerados alimentos artificiales, producidos a través de la tecnología, mientras que lo que se asocia a la naturaleza está relacionado con el pasado y con la manera en que se producían entonces los alimentos, y es percibido como correcto y más sano (De Moraes et al., 2018: 66).

Los llamados productos de la tierra y los alimentos transgénicos parecen situarse en polos opuestos. Los primeros representarían la tradición y todos los conocimientos que ésta implica, además de la vinculación a un territorio con el que se identifican y los transgénicos representarían la innovación, la ruptura con lo familiar y con el territorio, implican la incorporación de la tecnología y se asocian con la globalización económica. Los detractores de los alimentos transgénicos argumentan su rechazo basándose en las repercusiones ecológicas de las nuevas aplicaciones, las repercusiones potencialmente negativas en la salud y la crítica al desarrollo socioeconómico hegemónico, representado por las grandes empresas transnacionales (Espeitx, 2011: 219). Los defensores de alimentos genéticamente modificados presentan su cara positiva argumentando beneficios para la salud y el medio ambiente, además de que el incremento de la producción que permiten posibilita acabar con las hambrunas en áreas en que son frecuentes. En el trabajo de Begueria (2016) los participantes rechazaban los productos transformados, no solo por considerarlos menos saludables sino también por expresar valores sociales, morales, económicos y políticos censurables.

Los alimentos vinculados a la dieta tradicional se asocian con una buena salud y cada vez son más los trabajos que señalan los efectos beneficiosos para la salud de la dieta mediterránea (Gracia y Díaz, 2010) que va más allá de considerarse como un conjunto de nutrientes, para comprender una compleja red de aspectos culturales que van desde los nutricionales a los económicos, históricos o políticos (Medina y Aguilar, 2022). El concepto de dieta mediterránea representaría el conjunto de los valores ambientales, ecológicos y saludables que definen una correcta alimentación. Medina (2017, 2018) destaca que la dieta mediterránea es mucho más que una simple pauta nutricional. Es un patrimonio cultural inmaterial que engloba prácticas sociales, costumbres, tradiciones y simbolismos relacionados con la alimentación. Enfatiza la importancia de comprender la dieta mediterránea desde una perspectiva holística, que valore los aspectos sociales, culturales y sensoriales de la alimentación.

Los términos ecológico y sostenible tienen un carácter polisémico que implica una construcción social y cultural compleja, con ambigüedades y contradicciones que remiten a una de las cuestiones clásicas de análisis en antropología: la relación entre la naturaleza y la cultura, entre el individuo y la sociedad. Un alimento ecológico es aquel que no ha sido manipulado ni transformado con productos químicos, pesticidas o conservantes, que no genera residuos y es de proximidad (Begueria, 2016), es un producto local y tradicional (Cáceres, 2023). Conde, Mariano y Medina (2022: 13) consideran que el término remite a la salud o el sabor, a lo ecológico entendido como proximidad, como cuidado del medio, a lo artesanal y distintivo, pero también a lo ético, remitiendo a lo auténtico, a lo político, a la identidad, a las relaciones sociales que se establecen. Aunque, en ocasiones, surge una dicotomía de difícil solución cuando hay que elegir entre alimentos no ecológicos, pero de proximidad, y otros que son considerados ecológicos, pero que deben viajar cientos o miles de kilómetros con la consecuente huella ecológica.

La producción y el consumo local permiten una mayor sostenibilidad y menor huella ambiental, además de una mayor conservación del patrimonio y la coherencia cultural (Medina y Aguilar, 2022: 35). Conde y Mariano (2022:9) señalan que todas las actividades vinculadas al desarrollo de la cadena alimentaria afectan al medio ambiente y por tanto al territorio y a las personas que lo ocupan, tanto a nivel local como más global. Por ello, cada vez más la investigación en gastronomía busca el respeto al entorno, la inversión en materiales sostenibles y se preocupa por todo lo que rodea a los alimentos más allá de la nutrición. En su trabajo etnográfico en Las Hurdes, apuntan que esta sostenibilidad es un distintivo de la gastronomía hurdana, que defiende una producción local, de cercanía y una cocina de proximidad que respete el entorno y el medio ambiente, como especifican en los restaurantes de la zona. También entre los resultados obtenidos por Trinidad (2022) en su estudio sobre la sostenibilidad en la oferta gastronómica de alto nivel en Extremadura señala la importancia y la presencia que conceden en los restaurantes a los productos de cercanía y de temporada.

Por último señalar trabajos como el de Mariano, Medina y López (2017) en los que se plantea cómo las redes sociales han transformado profundamente la manera en que experimentamos y compartimos la cultura culinaria siendo transmisoras de valores culinarios que emergen, promoviendo la diversidad gastronómica, visibilizando cocinas regionales, étnicas y alternativas que antes permanecían ocultas y convirtiendo la comida en un objeto de deseo visual, donde la presentación y la estética son tan importantes como el sabor. Las redes sociales permiten la creación de comunidades en torno a

intereses culinarios específicos, como el veganismo, la cocina saludable o la gastronomía regional, fomentando el sentido de pertenencia y el intercambio de experiencias.

CONCLUSIONES

Los trabajos analizados ofrecen un ejemplo significativo de cómo el método etnográfico puede enriquecer el debate y el análisis de los valores relacionados con la alimentación. La etnografía, con su inmersión en las vidas y prácticas de las personas, nos ofrece una posición privilegiada a este cambio de paradigma en la alimentación. Permite que conozcamos cómo las personas están redescubriendo recetas ancestrales, valorando los ingredientes autóctonos y apoyando a los productores locales. La etnografía no solo registra este fenómeno, sino que también desvela las motivaciones profundas detrás de él y como los partícipes en el hecho alimentario negocian permanentemente el significado y alcance de los valores concernidos a lo largo de todo el proceso: la búsqueda de alimentos más nutritivos, la preocupación por el impacto ecológico de la agricultura industrial, el deseo de fortalecer las economías locales y, a menudo, un sentido de identidad cultural ligado a los alimentos tradicionales.

Estos estudios revelan una creciente preocupación por la alimentación saludable y la producción sostenible, lo que ha llevado a una revalorización de los alimentos tradicionales y locales en un contexto en el que la noción de cuidado aparece aplicada tanto a los seres humanos como al entorno natural. Los consumidores son cada vez más conscientes del impacto de sus elecciones alimentarias en el medio ambiente y en su salud, y buscan opciones que sean nutritivas, producidas de forma responsable y que apoyen a las comunidades locales.

Concluimos que para comprender la relación entre los valores y todo aquello que cae bajo la noción de cultura(s) alimentaria(s) es necesario adoptar un enfoque holístico y etnográfico que tenga en cuenta tanto los aspectos nutricionales como los socioculturales y ambientales, y que parta de una noción de valor que trasciende la imagen de un mero ideal aspirativo y la sustituye por otra de carácter dinámico vinculada a la existencia de distintos modos de valoración. Esta conclusión subraya la limitación de los enfoques puramente biomédicos o económicos para comprender la complejidad de la alimentación. Por tanto, la etnografía, con su naturaleza holística, es esencial para desentrañar la intrincada red de factores que dan forma a nuestras elecciones alimentarias. Al sumergirse en los contextos culturales, sociales y

ambientales en los que se producen, distribuyen y consumen los alimentos, la etnografía revela cómo los valores, las creencias, las tradiciones, las relaciones sociales, el acceso a los recursos y el entorno natural se entrelazan para definir lo que comemos, cómo lo comemos y por qué lo comemos. Al integrar estas dimensiones socioculturales y ambientales con los aspectos nutricionales, la etnografía ofrece una comprensión más completa y matizada de los sistemas alimentarios, lo cual es crucial para diseñar intervenciones y políticas que realmente promuevan una alimentación saludable y sostenible.

Los resultados sugieren que las estrategias para promover una alimentación saludable y sostenible deben considerar las necesidades y preferencias de los diferentes grupos sociales, así como los factores que influyen en sus decisiones alimentarias. Fomentar la producción y el consumo de alimentos considerados tradicionales y locales puede contribuir a mejorar la salud de las personas, apoyar a las comunidades agrícolas y reducir el impacto ambiental de la producción de alimentos. La etnografía juega un papel crucial para validar y enriquecer esta afirmación. A través de la investigación etnográfica, podemos obtener una comprensión profunda de los beneficios específicos que los alimentos considerados tradicionales y locales, con independencia de su origen espaciotemporal, aportan a la salud de las comunidades. Esto puede incluir el análisis de su valor nutricional en el contexto de las dietas locales, la identificación de prácticas culinarias que maximizan sus beneficios para la salud y la documentación de los conocimientos tradicionales sobre sus propiedades medicinales.

En resumen, la etnografía no es solo una herramienta para describir las prácticas alimentarias, sino una metodología poderosa para comprender las complejas interconexiones entre la cultura, la alimentación y la sostenibilidad. Al proporcionar una visión profunda de los valores, las creencias y las prácticas de las personas en relación con la alimentación, la etnografía se convierte en un aliado indispensable para promover un cambio hacia sistemas alimentarios más saludables, justos y sostenibles.

Referencias

- Aceves, J. (1971). *Social Change in a Spanish Village*. Cambridge, Mass.: Schenkman Publishing.
- Afshin, A. et al., (2019). Health effects of dietary risks in 195 countries, 1990-2017: a systematic analysis for the Global Burden of Disease study 2017. *The Lancet*, 393(10184): 1958:1972.

- Aguilar, E.; Merino, D. y Migens, M. (2003). Cultura, políticas de desarrollo y turismo rural en el ámbito de la globalización. *Horizontes antropológicos*. 9 (20). Disponible en <https://doi.org/10.1590/S0104-71832003000200009>
- Aguilar, P. (2014). Cultura y alimentación. Aspectos fundamentales para la visión comprensiva de la alimentación humana. *Anales de Antropología*, 48 (I); 11-31.
- Aguilar, P.; Amaya-Corchuelo, S. y López, I. (2016). Alimentos con calidad. Nuevas estrategias rurales para nuevos consumidores. *Arxiu d'Etnografia de Catalunya*; 16:137-152.
- Álvarez, M. y Medina, F.X. (eds.) (2008). *Identidades en el plato. El patrimonio cultural alimentario entre Europa y América*. Barcelona: Icaria.
- Amaya-Corchuelo, S., Fernández M. y Aguilar, E. (2018). Placer, salud y sociabilidad. El hecho alimentario a través del jamón ibérico. *Disparidades. Revista De Antropología*, 73(2), 425-452. Disponible en <https://doi.org/10.3989/rdtp.2018.02.008>.
- Appadurai, A. (1986.) Introducción. La mercancia y la política del valor. En Appadurai, A. (Ed.). *La vida social de las cosas. Perspectiva cultural de las mercancías*. México, D.F.: Grijalbo.
- Arguedas, J.M. (1968). *Las comunidades de España y del Perú*. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Arnhold, A. (1986). Lo tradicional no es 'de siempre'. En, Díaz Viana, L. (coord.). *Etnología y Folklore en Castilla y León*. Valladolid: Junta de Castilla y León. pp. 49-55.
- Begueria, A. (2016). *Un equilibrio imperfecto. Alimentación ecológica, cuerpo y toxicidad*. Barcelona: Editorial UOC.
- Begueria, A. (2017). Dispositivos inteligentes sobre riesgo alimentario: reflexiones sobre alimentación y cuerpo. En, Mariano, L.; Medina, F.X. y López, J. *Comida y mundo virtual. Internet, redes sociales y representaciones visuales*. Barcelona: Editorial UOC. pp. 205-222.
- Bordieu, P. (1988) *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.
- Bourdieu, P. (2012). Symbolic violence. *Revista latina de Sociología*, Vol. 2 (1) (Ejemplar dedicado a: Pierre Bourdieu), pp. 1-4
- Borràs, D. y Cifre, J. (2022). Reflexiones en torno a la revalorización del patrimonio alimentario marítimo pesquero de Mallorca: la exposición temporal 'Del mar a la taula'. En: *Actas del III Congreso Internacional sobre Patrimonio Alimentario y Museos*. 25-26 noviembre, 2021, Valencia, España. pp. 143-155. Disponible en <https://doi.org/10.4995/EGEM2021.2021.13925>
- Cáceres, J. (2023). La gastronomía "popular" en la era del gusto "global". *Archives on Food, Culture and Nutrition*, 1, 25-42. Disponible en https://dehesa.unex.es/bitstream/10662/20619/1/3020-3635_1_25.pdf
- Cáceres, J. y Espeitx, E. (2012). Aceptación y rechazo en España de nuevas tecnologías aplicadas a la alimentación. En, Cantarero, L. (ed.) *La antropología de la alimentación en España. Perspectivas actuales*. Barcelona: UOC. pp. 83-96.

- Cantarero, L. (2011). Preferencias alimentarias en el valle de Basa (Pirineo Aragonés, España): marcador de ruralidad y de género. En, Espeitx, E. y Cáceres, J. Sabores culturales. Ensayos sobre alimentación y cultura. Ediciones Montesinos.
- Cantero, P. y Ruiz-Ballesteros, E. (2012). El alimento y su dimensión socio-ecológica. En torno al tomate «rosao» de la Sierra de Aracena. Disparidades. Revista de Antropología. 67(2), 385–408. Disponible en <https://doi.org/10.3989/rdtp.2012.14>
- Colomer, Y.; Clotet, R. y González Vaqué, L. (coords.) (2016). El sistema alimentario: globalización, sostenibilidad, seguridad y cultura alimentaria. Thomson Reuters Aranzadi.
- Conde, D. y Mariano, L. (2022). Alimentación, sostenibilidad y tradición. Una etnografía de la revitalización gastronómica de las Hurdes (España). En, Conde, D.; Mariano, L. y Medina, F.X. (eds.) Gastronomía, cultura y sostenibilidad. Etnografías contemporáneas. Icaria. Pp. 135-156.
- Conde, D.; Mariano, L. y Medina, F.X. (2022). Introducción. Reflexiones sobre gastronomía, cultura y sostenibilidad. En, Conde, D.; Mariano, L. y Medina, F.X. (eds.) Gastronomía, cultura y sostenibilidad. Etnografías contemporáneas. Icaria. Pp. 9-22.
- Conde, D.; Mariano, L. y Medina, F.X. (2023). Historia, futuros y desafíos en el contexto de la cultura alimentaria. Archives on Food, Culture and Nutrition, I, 7-24. Disponible en https://dehesa.unex.es/bitstream/10662/20641/1/3020-3635_1_7.pdf
- Contreras, J. (2019). La alimentación contemporánea entre la globalización y la patrimonialización. Boletín De Antropología, 34(58): 30–55. Disponible en <https://doi.org/10.17533/udea.boan.v34n58a01>
- Contreras, J. y Gracia, M. (2005). Alimentación y cultura. Perspectivas antropológicas. Barcelona: Ariel.
- Contreras, J. y Gracia, M. (2008). Preferencias y consumos alimentarios: entre el placer, la conveniencia y la salud. En Méndez, C. y Gómez, C. (coords.), Alimentación, consumo y salud. Barcelona: Fundación La Caixa. Pp.155-191.
- Contreras, J., Cáceres, J. y Espeitx, E. (2003). Els productes de la terra. Barcelona: Generalitat de Catalunya.
- De Moraes, M.C. et al. (2018). Las relaciones entre salud y alimentación. Una lectura antropológica. En, VVAA. Observatorio de la Alimentación (ODELA)). Polisemias de la alimentación. Salud, desperdicio, hambre y patrimonio. Ediciones Universidad de Barcelona.
- De Moraes, M.C. et al. (2020). Comer en tiempos de confinamiento. Gestión de la alimentación, disciplina y placer. Perifèria: Revista de investigación y formación en Antropología, 25-2: 63-73.
- Dumont, L. (1970). Homo hierarchicus. Chicago: University of Chicago Press.
- Eiss, P. y Pedersen, D. (2002). "Introduction: Values of value." Cultural Anthropology, 17 (3): 283–290. Disponible en: <https://www.jstor.org/stable/3651560>

- Espeitx, E. (2004). Patrimonio alimentario y turismo: una relación singular. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 2 (2): 193-213. Disponible en <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2004.02.016>
- Espeitx, E. (2011). Productos “de la tierra” y alimentos transgénicos: tradición e innovación como atributos valorados y como factores de riesgo. En, Espeitx, E. y Cáceres, J. *Sabores culturales. Ensayos sobre alimentación y cultura*. Barcelona: Ediciones Montesinos.
- Espeitx, E. y Cáceres, J. (2011). *Sabores culturales. Ensayos sobre alimentación y cultura*. Barcelona: Ediciones Montesinos.
- Espeitx, E. y Cáceres, J. (2019). Maneras de clasificar los alimentos y elecciones alimentarias. *AIBR*, 14 (1): 145-167. Disponible en <https://aries.aibr.org/storage/antropologia/netesp/numeros/1401/140108.pdf>
- Fischler, C. (1979). “Gastro-nomie et gastro-anomie : sagesse du corps et crise bioculturelle de l'alimentation moderne». *Communications*, 31 :189-210.
- Gracia, M. (coord.) (2002). *Somos lo que comemos: estudios de alimentación y cultura en España*. AIBR: Revista de Antropología Iberoamericana, 18.
- Gracia, M. (2010). Alimentación y Cultura en España: una aproximación desde la Antropología social. *Physis: Revista de Saúde Coletiva* 20(2):357-386.
- Gracia, M. y Díaz, (2010). Alimentación, cultura y sociedad: problemáticas e investigación desde las ciencias sociales. En, Cantarero, L. *La Antropología de la alimentación en España: perspectivas actuales*. Editorial UOC.
- Graeber, D. (2001). *Toward an anthropological theory of value: The false coin of our own dreams*. New York: Palgrave-Macmillan
- Graeber, D. (2013). It is value that brings universes into being. *HAU: Journal of Ethnographic Theory* 3 (2), 219-243. Disponible en <https://www.journals.uchicago.edu/doi/10.14318/hau3.2.012>
- Gruvaeus, A. y Dahlin, J. (2021). Revitalization of Food in Sweden—A Closer Look at the REKO Network. *Sustainability*, 13, 10471. Disponible en <https://doi.org/10.3390/su131810471>
- Kallio, G. (2020). A carrot isn't a carrot isn't a carrot: tracing value in alternative practices of food exchange. *Agriculture and Human Values*, 37, 1095-1109. Disponible en <https://doi.org/10.1007/s10460-020-10113-w>
- Kenny, M. (1962). “Social Values and Health in Spain: Some Preliminary Considerations”. *Human Organization*, 21 (4): 280-285. Disponible en <https://www.jstor.org/stable/44124734>
- Gluckhohn, C. (1951). Values and Value-Orientations in the Theory of Action: An Exploration in Definition and Classification. In: Parsons, T. and Shils, E., (eds.), *Toward a General Theory of Action*, Harvard University Press, Cambridge, pp. 388-433. Disponible en <http://dx.doi.org/10.4159/harvard.9780674863507.c8>
- Lamarque, M.; Tomé, P. y Moro, L. (2023). Personal and community values behind sustainable food consumption: a meta-ethnography. *Frontiers in Sustainable Food Systems*, 7: 1292887. Disponible en

<https://doi.org/10.3389/fsufs.2023.1292887>

Larrea-Killinger, C. et al., (2019). Como un sedimento que se va quedando en el cuerpo. Percepción social del riesgo sobre compuestos tóxicos persistentes y otras sustancias químicas sintéticas en la alimentación entre mujeres embarazadas y lactantes en España. *AI BR: Revista de Antropología Iberoamericana*, 14-1, 121-144. Disponible en

<https://doi.org/10.11156/aibr.v14i1.70863>

Lisón, C. (1966.) *Belmonte de los Caballeros: A sociological study of a Spanish town*. Londres: Clarendon.

López, J. (2001). Alimentación y sociedad en Iberoamérica y España: cinco etnografías de la comida y la cocina. Cáceres: UNEX.

López, J.; Mariano, L. y Medina, F.X. (2016). Usos y significados de la comida desde la antropología de la alimentación en América Latina y España. *Disparidades. Revista De Antropología*, 71(2), 327–370. Disponible en <https://doi.org/10.3989/rdtp.2016.02.001>

López Lago, L. y Pedret, C. (2023). El cambio de estatus social de la algarroba: de comida de animales y tiempos de escasez a producto gourmet. *Archives on Food, Culture and Nutrition*, 1: 95-117. Disponible en

<https://revista-afocun.unex.es/index.php/afocun/article/view/2295/2151>

Lozano, C. y Aguilar, E. (2010). Natural, tradicional y de la tierra. La promoción de la calidad agroalimentaria en los nuevos espacios rurales andaluces. En Fernández-Baca Casares, R. (dir.), Soler, M. y Guerrero, C. (Coords.): *Patrimonio cultural en la nueva ruralidad andaluza*. Sevilla. Junta de Andalucía. Pp. 126-239.

Luque, E. (1974). *Estudio antropológico de un pueblo del sur*. Madrid: Tecnos.

Mariano, L.; Medina, F.X. y López, J. (2017). Comida y mundo virtual. Internet, redes sociales y representaciones visuales. Barcelona: Editorial UOC.

Mauss, M. (1924). *Essai sur le don. Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques. L'année sociologique, nouvelle série, tome 1, 1923-1924*. [ed. en castellano (2007) *Ensayo sobre el don. Forma y función del intercambio en las sociedades arcaicas*. Katz: Buenos Aires]

Medina, F.X. (2017). La transformación del concepto de dieta mediterránea: de la salud a la sostenibilidad, pasando por la cultura y el patrimonio. En, Vicente, T.; Hernandorena, M.J. y Vizcaíno, A. (eds.) *Antropología en transformación: sentidos, compromisos y utopías*. Universidad de Valencia. Pp.1266-1275.

Medina, F.X. (2018). La construcción del patrimonio cultural inmaterial de carácter alimentario y sus retos en el área mediterránea: el caso de la Dieta Mediterránea. *RIVAR*, 14 (5): 6-23.

Medina, F.X.; Mariano, L.; Conde, D. y Aguilar, A. (eds.) (2021). *Consumo alimentario y sostenibilidad. ¿Hacia una sociedad sostenible?* Mira Ediciones.

Medina, F.X. y Aguilar, A. (2022). ¿Hacia sistemas alimentarios sostenibles en contextos culturalmente coherentes?: debates en torno a la cultura, la sostenibilidad y la dieta mediterránea. En, Conde, D.; Mariano, L. y Medina, F.X. (eds.) *Gastronomía, cultura y sostenibilidad. Etnografías contemporáneas*. Barcelona: Icaria. Pp. 25-40.

- Moreno, I. (1972). *Propiedad, clases sociales y hermandades en la Baja Andalucía*. Madrid: Siglo XXI.
- Moro, L. y Lamarque, M. (2020). Alimentación, estilo de vida y participación: un estudio etnográfico de los grupos de consumo agroecológico en Castilla y León. *Disparidades. Revista de Antropología* 75(1): e010. Disponible en <https://doi.org/10.3989/dra.2020.010>
- Mira, J.F. (1973). *Un estudi d'antropologia social al País Valencià: els pobles de Vallalta i Miralcamp*. Barcelona: Edicions 62.
- Nemes, G. et al. (2023). Values-Based Territorial Food Networks. Benefits, Challenges and Controversies. *Sociologia Ruralis*, 63:3–19. Disponible en <https://doi.org/10.1111/soru.12419>
- Pedersen, D. (2008). Introduction: Toward a value theory of anthropology. *Anthropological Theory*, Vol. 8-1 Disponible en <https://doi.org/10.1177/1463499607087491>
<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1463499607087491>
- Rivero, B., Conde, D. y Mariano, L. (2024). De la despensa del pobre a la alta cocina. Gourmetización y cambio de estatus de la patatera. En Conde, D.; Rivero, B.; Mariano, L. y Medina, F.X. (dirs.). *Popular ayer, foodie hoy: sabor, comida, clase y distinción en el siglo XXI*. Sevilla: Aula Magna. Pp. 45-64.
- Ribas, J. (2014). *Vi, política i espectacle. Procés de patrimonialització de la cultura del vi a la DO Alella*. Barcelona: Editorial UOC.
- Strathern, M. (1988). *The Gender of the Gift: Problems with Women and Problems with Society in Melanesia*. Berkeley/Londres: University of California Press.
- Tomé, P. (2017). Nostalgias al plato en las redes sociales. Comidas, paisajes y gentes en el norte de Gredos. En, Lorenzo, M.; Medina, F.X. y López, J. (eds.) *Comida y mundo virtual: internet, redes sociales y representaciones visuales*. Barcelona: UOC. Pp. 177-193.
- Tomé, P. (2018). Comidas para turistas, comidas para nativos. *Trabalhos de Antropologia e Etnologia*, 50: 235-263. Disponible en <https://digital.csic.es/handle/10261/190152>
- Tomé, P. (2021) "Unexpected Effects on Some Spanish Cultural Landscapes of the Mediterranean Diet". *International Journal of Environmental Research and Public Health* 18 (7): 3829. Disponible en <https://doi.org/10.3390/ijerph18073829>
- Trinidad, M.J. (2022). Sostenibilidad en la oferta gastronómica de alto nivel en Extremadura. En, Conde, D.; Mariano, L. y Medina, F.X. (eds.) *Gastronomía, cultura y sostenibilidad. Etnografías contemporáneas*. Barcelona: Icaria. Pp.109-132