



“Nadie sabe lo que comemos”: confianza y desconfianza en los entornos alimentarios en mujeres mayores de 65 años en España

“No one knows what we eat”: trust and distrust in food environments in women over 65 years of age in Spain

DOI: <https://doi.org/10.4000/126rk>

Cristina Larrea-Killinger

Universitat de Barcelona, Departamento de Antropología Social, Catalunya, España.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2782-6748>

Claudia Juzwiak

Universidade Federal de São Paulo, Departamento de Ciências do Movimento Humano. São Paulo - SP, Brasil.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1101-0063>

Araceli Muñoz

Universitat de Barcelona, Unidad de Formación e Investigación de Trabajo Social. Catalunya, España.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0768-8931>

Las mujeres mayores de más de 65 años acceden a los alimentos en los distintos entornos (hogares, mercados, tiendas, huertos, bares, etc.), teniendo en cuenta diversas formas de gestionar el riesgo y enfrentar las incertidumbres alimentarias. Los criterios de confianza y desconfianza que estas mujeres tienen en relación con los agentes involucrados en dichos entornos alimentarios influyen en la construcción social de la percepción de riesgos e incertidumbres. Nos centramos en explorar qué distintos aspectos de esta confianza/desconfianza tienen mayor relevancia en dichos entornos, a partir de un análisis de las narrativas que reflejan las experiencias de estas mujeres residentes en las comunidades autónomas de Andalucía, Cataluña y Comunidad Valenciana (España). Los resultados apuntan a que en la percepción del riesgo los aspectos sensoriales juegan un papel clave en los entornos alimentarios. Asimismo, la dimensión espacio-temporal en el proceso de aprendizaje de las habilidades culinarias y de la construcción del gusto evocadas por estas mujeres nos muestra cómo las trayectorias migratorias de muchas de ellas han influido en los criterios de confianza y desconfianza de los productos consumidos.

Elderly women, 65 years old or more, access food in different environments (homes, markets, stores, gardens, bars, etc.), taking into account several ways of managing risk and facing food uncertainties. The criteria of trust and distrust that these women adopt regarding the agents involved in these food environments influence the social construction of the perception of risks and uncertainties. We focus on exploring which different aspects of this trust/distrust are most relevant in these environments, based on an analysis of the narratives that reflect the experiences of these women, residents in the autonomous communities of Andalusia, Catalonia, and the Valencian Community, Spain. The results suggest that sensory aspects play a key role in risk perception in food environments. Furthermore, the space-time dimension in the learning process of culinary skills and in the construction of taste evoked by these women shows us how the migratory trajectories of many of them have influenced the criteria of trust and distrust of the products consumed.

Food uncertainty; Food risks; Food environment; Food trust; Food distrust.

Incertidumbre alimentaria; Riesgos alimentarios; Entornos alimentarios; Confianza alimentaria; Desconfianza alimentaria.



Introducción

Alimentarse implica tomar decisiones y desempeñar rutinas en las que se construyen vínculos de confianza con las personas que interactúan en nuestros entornos alimentarios. David-Benz *et al.* (2022) consideran el entorno alimentario como el espacio físico y las infraestructuras donde los consumidores interactúan con el sistema alimentario para tomar sus decisiones sobre la adquisición, preparación y consumo de alimentos¹. Pero también se añade a esta consideración otros elementos como el desarrollo de actitudes, conocimientos, preferencias y comportamientos alimentarios en dichos espacios (Global Nutrition Report 2020).

Enfocar hacia los entornos alimentarios implica analizar los factores estructurales que impulsan las elecciones alimentarias, en vez de fijarse en la responsabilidad del consumidor (EU Food Policy Coalition 2022). Como consumidores, preferimos adquirir, preparar y consumir en espacios conocidos y con quienes nos relacionamos de manera asidua, con amistad, familiaridad y cordialidad. Escogemos alimentos disponibles que sean seguros, teniendo en cuenta distintos factores que van desde el trato del vendedor, el precio y la calidad del producto, hasta el placer por determinadas comidas y hacerlo en compañía de la familia o amistades.

Enfrentamos los riesgos y las incertidumbres gracias a la confianza que depositamos en estos entornos alimentarios. La percepción de los riesgos remite a nuestras ideas sobre la pureza y la contaminación, que forman parte de nuestra base moral, ética y política estructurada socialmente (Douglas 1973). Para Poulain (2019, 108), el riesgo alimentario se asocia al proceso de incorporación que ocurre cuando se consume un alimento y su papel en la construcción de la identidad. Este cruce de la comida del mundo exterior a nuestro mundo interior (cuerpo) provoca una reconstrucción y nos transforma. Eso genera el sentimiento que uno tiene algún control sobre la vida cotidiana y por esto las incertidumbres y los miedos suelen intensificarse y amplificar las inseguridades del consumidor.

Teniendo en cuenta que en el manejo de los conflictos existen disparidades e incertidumbres a la hora de responder qué riesgo es asumible y cuál no lo es (Beck 2002), nos preguntamos cómo las personas mayores afrontan estas incertidumbres a la hora de percibir y gestionar sus riesgos alimentarios. Actualmente, la alimentación ocupa un lugar central en la construcción del riesgo, justo en la medida en que crece la distancia en la producción y el consumo (Larrea-Killinger *et al.* 2017).

En nuestro estudio exploramos cómo las mujeres adultas mayores de 65 años que residen en sus propios domicilios en España enfrentan los riesgos e incertidumbres en los entornos alimentarios, teniendo en cuenta los criterios de confianza y desconfianza en relación con las preferencias para la adquisición de alimentos, preparación y consumo (Larrea-Killinger *et al.* 2024).

La vejez en España está altamente feminizada, o sea, marcada por una mayor proporción de mujeres que viven más que los hombres – 134 mujeres para cada 100 hombres –, y su esperanza de vida crece con relación a los varones a partir

1 En estos entornos se incluyen hogares, supermercados, hipermercados, tiendas especializadas, comercios barriales, bares, restaurantes, comedores sociales, etc.



de los 65 años (23,4 y 19,5 años, respectivamente), siendo la más alta de la Unión Europea en 2019 (86,2 años). Sin embargo, aunque viven más años, éstas lo hacen en peores condiciones de salud (Calmaestra y Lama 2020, Pérez Díaz *et al.* 2020, Rodríguez Rodríguez 2021). Problemas como la soledad, las limitaciones de movilidad personal, dependiendo de las condiciones de la vivienda y de la distancia entre el domicilio y el lugar de compra y consumo, son factores que repercuten en la salud de estas personas.

Las mujeres mayores componen un colectivo marcado a lo largo de toda su vida por un acceso desigual a la educación y al mercado de trabajo, y al que se le asignaron tareas de responsabilidad centradas principalmente en el trabajo doméstico (Gracia-Arnaiz 2009). Muchas de estas mujeres se dedicaron a trabajos de cuidado de la casa y la familia, sobre todo antes de contraer su primer hijo y en períodos de necesidad económica. La Secretaría de la Mujer (2014) publicó que las mujeres sufrían situaciones de desempleo, economía sumergida y, por lo general, mayor precariedad que los hombres, razón por la cual las pensiones son más bajas. Por un lado, aunque todavía se mantuvieran importantes diferencias respecto a los hombres mayores, datos recientes indican que se han atenuado la distancia en torno a sus ingresos económicos (pensiones), formación, salud, prestaciones sociales y asistenciales. En contrapartida, son más activas, están más formadas y tienen más recursos de todo tipo que las mujeres que las precedieron (Secretaría de la Mujer 2014). Por otro lado, considerando las características del envejecimiento, las mujeres serán “las personas que requerirán cuidados; también lo continuarán siendo las personas cuidadoras, tanto del ámbito profesional como familiar” (Rodríguez Rodríguez 2021, 28).

La generación de estas mujeres es diversa y cuenta con larga experiencia en el todo el circuito del sistema alimentario por haber sido la alimentación una tarea básicamente feminizada. En el caso concreto de estas mujeres, muchas de las que habían nacido en áreas rurales emigraron a grandes ciudades, como fue el caso de las mujeres residentes en Barcelona. Los datos demográficos apuntan a que en España hubo un flujo migratorio importante entre las décadas de 1950 a 1975, tanto hacia el exterior como al interior. A nivel interno, los movimientos migratorios fueron intensos desde las regiones más deprimidas económicamente hacia las más desarrolladas, que fueron Cataluña, Madrid y el País Vasco (Alcaide *et al.* 2007).

En este artículo se analiza la diversidad de maneras de enfrentar estos riesgos e incertidumbres percibidas por las mujeres adultas mayores en función de los criterios de confianza/desconfianza en los entornos alimentarios, teniendo en cuenta cómo la experiencia personal y las trayectorias de vida contribuyen en las preferencias alimentarias.

Trabajo de campo con mujeres adultas mayores

Los datos etnográficos de este estudio provienen de una investigación interdisciplinar titulada “Comer importa: Retos de una alimentación inclusiva, saludable



y sostenible para un mejor envejecimiento en Europa” (Ref. PID2019-104253RB-C21&C22) que se llevó a cabo para estudiar el envejecimiento, la exclusión social, la pobreza y desigualdad social, de cara a promover una alimentación más justa y saludable. Esta investigación exploró tanto la precarización e itinerarios alimentarios inseguros como los riesgos ambientales e incertidumbres alimentarias en personas mayores de 65 años independientes. El trabajo de campo de esta investigación se desarrolló en las comunidades autónomas de Cataluña, Comunidad Valenciana y Andalucía (España) por un equipo formado por antropólogas e investigadores del ámbito de la salud.

La elección de los barrios y municipios, tanto de zonas urbanas como rurales, donde se desarrolló el trabajo de campo ha tenido en cuenta criterios de heterogeneidad en base a características sociales, demográficas y ambientales. En Andalucía, el trabajo de campo se realizó en la ciudad de Granada [GA] y el municipio rural de Humilladero (Málaga) [HA]; en Cataluña, en tres barrios de la ciudad de Barcelona [BC], diferentes barrios de la ciudad de Tarragona [TT] y distintos municipios de las comarcas rurales del Tarragonés, Terra Alta, Ribera d’Ebre y Priorat [CTRT]; y en la Comunidad Valenciana, en el municipio rural de Teresa (Castellón) [TCV] y diferentes barrios de la ciudad de Valencia [VCV].

La investigación se realizó en dos fases, la primera entre junio de 2021 y enero de 2022, y la segunda entre marzo y junio de 2022. En la primera fase de la investigación se realizaron 90 entrevistas, 15 historias de vida, 58 diarios de alimentación y 51 listados libres (dominios culturales) a personas mayores de 65 años.

Todo el trabajo de campo se llevó a cabo presencialmente, aunque con algunas restricciones por tratarse de un colectivo vulnerable. Debido al hecho de encontrarnos en período de desescalada de la pandemia del covid-19, tuvimos que esperar a que estuvieran todas las personas mayores vacunadas, así como el equipo investigador. Respetamos las restricciones de movilidad, las medidas de seguridad, higiene y distancia. Por esa razón, fue muy difícil poder acceder a los domicilios particulares y, por eso, la mayor parte de las entrevistas se llevaron a cabo en lugares amplios y ventilados como en asociaciones de vecinos, centros de salud, huertos sociales y centros parroquiales. En algunas ocasiones, cuando las personas mayores lo prefirieron, fuimos atendidas en sus casas. En aquellas a las que pudimos acceder, las viviendas contaban con la infraestructura básica (electricidad, agua potable, alcantarillado, ventilación, etc.).

Todos los participantes tenían más de 65 años y fueron reclutados en barrios de ingresos medios-bajos, excluyendo del estudio las personas con dificultades para hablar y/o comprender, o que no podían decidir su dieta y/o comprar sus propios alimentos. Fueron debidamente informados de los objetivos y la metodología de la investigación y firmaron un consentimiento informado por escrito aprobado por los Comités de Ética correspondientes de las dos universidades involucradas. Además, se respetaron las orientaciones deontológicas de la Asociación Española de Antropología del Estado Español.

Este artículo se centra en el análisis de las narrativas procedentes de las entrevistas y las historias de vida recogidas en la primera fase de la investigación y



que incluye a las mujeres participantes. Del total de las personas mayores entrevistadas (N=102 – 90 entrevistas, 12 historias de vida) 67 eran mujeres (N=67 – 62 entrevistas, 5 historias de vida). De éstas, 11 tenían entre 65 y 69 años, 34 entre 70 y 79, y 22 tenían 80 años o más. Un total de 37 vivían acompañadas y las otras 30 vivían solas (Tabla 1). En cuanto a las ocupaciones de estas mujeres, actualmente todas son pensionistas, y en sus trayectorias la mayoría combinaron las tareas domésticas con trabajos itinerantes, relacionados con servicios (cuidados, limpieza, cocina, textil) y labores agrícolas. Todas ellas se dedicaban a la compra y preparación de los alimentos, aunque algunas contaban con el apoyo de sus maridos o hijos para acompañarlas y, en el caso de los maridos, algunos participaban además en la preparación de la comida. Teniendo en cuenta que uno de los criterios de inclusión era que fueran autónomas y vivieran en el domicilio, fueron pocas las ocasiones en las que nos reportaron que contaban con apoyo para la compra y preparación de la comida. Esta situación se solía dar en mujeres de más edad.

Técnica	Entrevistas	62	n = 67
	Historias de vida	5	
Comunidad Autónoma	Andalucía	18	
	Catalunya	22	
	Comunidad Valenciana	27	
Municipio	Barcelona	10	
	Ebre y Camp de Tarragona	6	
	Granada	12	
	Humilladero	6	
	Tarragona	6	
	Teresa	16	
	Valencia	11	
Estado Civil	Casada o vive en pareja	28	
	Separada / Divorciada	7	
	Soltera	8	
	Viuda	24	
Edad	65-69 años	11	
	70-79 años	34	
	Igual o mayor 80 años	22	
Hogar	Vive acompañada	37	
	Vive sola	30	

Tabla 1 — Características de las mujeres participantes en las entrevistas y las historias de vida (Primera fase de la investigación)

Las preguntas del guion, instrumento de las entrevistas realizadas con las personas mayores, respondían a varias dimensiones siguiendo los objetivos específicos de la investigación. Por un lado, se exploraba la alimentación, las prácticas y los entornos alimentarios de estas personas. Por otra, se indagaba sobre las percepciones de la alimentación, el significado del comer, los gustos y preferencias, sobre la alimentación que se considera adecuada, los productos que se perciben como saludables, así como los alimentos que se consideran peligrosos y sus efec-



tos en la salud. También se preguntaba por las carencias y privaciones alimentarias, así como por las estrategias de apoyo y las ayudas (formales e informales).

De los relatos y observaciones realizadas con estas mujeres se tomó en cuenta la información facilitada sobre los criterios de confianza/desconfianza en los entornos alimentarios para analizar las experiencias de estas mujeres y profundizar sobre el riesgo alimentario. Aparte de acceder a los alimentos, estos entornos son importantes para la convivencia, la relación y la adquisición de nuevos conocimientos sobre la calidad de los productos y el aprendizaje culinario. Los supermercados, comercios barriales y tiendas especializadas eran pequeñas o de tamaño medio, situadas cerca de los hogares y lugares en que las mujeres eran atendidas por personas con las que mantenían algún vínculo de confianza. Los hipermercados o grandes supermercados solían estar situados, por lo general, más lejos del domicilio y, aunque los precios eran más asequibles, en ellos no mantenían la misma confianza con los dependientes. En cuanto a los bares, lugares muy frecuentados por la mayoría de estas mujeres, solían ser espacios de confianza y convivencia vecinal.

Las narrativas fueron analizadas mediante estrategias de la Teoría Fundamentada (Glaser y Strauss 1967, Strauss y Corbin 1990), con el fin de detectar temas, generar categorías, códigos y subcódigos y poder interpretar significados. Estos datos cualitativos se sistematizaron a través del software de análisis cualitativo ATLAS-ti (Versión 22 ATLAS-ti Scientific Software Development GmbH: Berlín, 2022), con el que también se generaron diagramas y redes semánticas para representar las diferentes relaciones existentes entre los códigos.

Entornos alimentarios

En los entornos alimentarios se observa que las mujeres mayores priorizan los aspectos sensoriales (como la apariencia, el sabor, el olor...) y los vínculos sociales como determinantes a la hora de referirse a la confianza/desconfianza en el sistema alimentario. La percepción sobre la calidad del producto está condicionada primero por estos dos factores, aunque otros se relacionan con éstos, como son el precio, la salud y la calidad de los alimentos. A su vez, toda una serie de factores vinculados al proceso dentro de la cadena alimentaria condicionan su percepción.

Primero, en relación con la producción, se remarca una confianza en los productos frescos, de proximidad y ecológicos. Segundo, asociado a su elaboración, se muestra una marcada desconfianza en los productos preparados, precocinados y procesados. Tercero, con respecto a la manipulación de los alimentos, las mujeres se preocupan sobre todo por la limpieza y la higiene. Cuarto, en relación con la distribución, se destacan aspectos como los espacios, las marcas, los precios, los etiquetados y los/las vendedores/as.

Finalmente, los diferentes contextos y las trayectorias de vida de las personas se entrelazan también en estas representaciones construidas sobre los alimentos, donde se puede diferenciar cuatro ejes: el temporal (con un antes y un ahora histórico), el relacional (con vínculos de proximidad y distancia), el experiencial

(incorporando las vivencias y habilidades culinarias) y el espacial (con una mirada dicotómica entre lo rural y urbano en relación con los procesos migratorios). A continuación, se puede observar la compleja asociación de estas relaciones en la Figura 1.

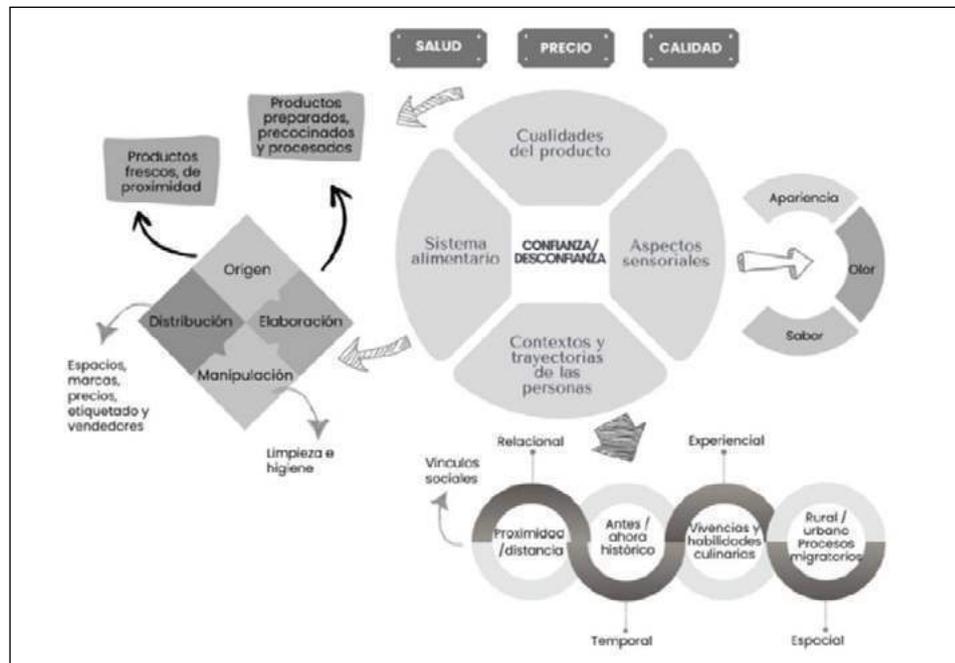


Figura 1 — Red semántica de las narrativas sobre confianza y desconfianza de las mujeres mayores

Aspectos sensoriales

Los aspectos sensoriales son muy valorados y suelen tener más relevancia entre las mujeres de nuestro estudio para determinar la confianza y desconfianza que el precio, en algunas situaciones. Por ejemplo, un producto demasiado barato es sospechoso y aunque el vendedor quiera engañar, el olfato suele ser considerado un indicador infalible. En este sentido, una participante del estudio comenta:

Yo suelo ir a las tiendas que me conviene, soy franca y sincera. Miro si el precio...abrió una tienda al lado nuestro del metro y todo, no me va, estos traen carne sabe Dios de dónde, muy bien de precio, ahí hay pollos, te ponen productos gallegos, mira tío, hay que tener mucha cara y poca vergüenza [...] Nunca entré a comprar ¡eh! Miro los precios porque están buenos, están para mirar de afuera, pues ves [...] y ves la carne como es. Yo no la comería. Me entra como [...] huele muy fuerte, muy [...] cómo te diría yo...como si estuviera un poco intoxicada (Hortensia², 70, BC).

Además del olfato, otros aspectos sensoriales son indicadores de la calidad del producto, sobre todo a través de la apariencia:

Las piezas (de carne) son enormes, ya le ves que es [...] el animal viejo. Cuando la pieza es muy enorme el animal es viejo (Hortensia, 70, BC).

2 Todos los nombres de las participantes son ficticios para garantizar el anonimato.



Sin embargo, cuando el precio es alto, los aspectos sensoriales continúan dando pistas importantes sobre la calidad. Por ejemplo, este es el caso del pulpo, un alimento muy valorado en la cocina gallega. En este sentido, Hortensia comenta:

Lo que pasa es que está muy caro. Y es malo. Que no es pulpo [...] que me dice un pulpo gallego [...] El pulpo gallego es más duro [...] tiene más cuerpo y al cortarlo ¿Cómo te diría yo? Esto se desmigaja...Queda muy [...] como deshecho, pero el otro no (Hortensia, 70, BC).

Los aspectos sensoriales marcan también la percepción de los alimentos según su origen, procedencia y producción, además de su distribución. Así, apuntan a la confianza que se depositan en aquellas frutas y verduras que proceden de huertos propios, de familiares o conocidos, remarcando sus características organolépticas como elemento diferenciador. En el caso de los aspectos sensoriales de los tomates y los pimientos, esta señora se queja de la falta de sabor: “¡Ahí sí! Tiene mucha diferencia y tiene otro sabor. Y huelen, porque los otros no sé a qué huelen, si es que huelen [ríe] [...] No huelen a nada” (Hortensia, 70, BC).

Al mismo tiempo, el placer por la comida está vinculado a la comensalidad: compartir la comida con la familia y mantener las celebraciones. Es en estas ocasiones que las mujeres se lucen con sus habilidades culinarias en la preparación de platos que han aprendido de sus madres y comidas típicas de la región, como esta señora valenciana y el gusto por preparar la paella para su familia:

Mira, el otro día que fue mi cumpleaños, y tenía a mi nieto a comer casa, pues le preparé toda la mesa, toda mona, toda bonita, con vajilla buena. Y con la misma comida, es como si hubiéramos comido el gran manjar. [...] Paella! Y luego pues, ensaladas y eso. [...] Yo siempre de conejo y pollo: la auténtica valenciana (Claudia, 82, VCM).

Establecimientos: espacios, marcas, precios, etiquetado y vendedores

Sobre los sitios de compra, fueron mencionados supermercados, mercados, mercadillos, tiendas locales (pequeñas), tiendas especializadas (ej.: carnicerías). La confianza también puede relacionarse con determinadas marcas de productos que se obtienen en estos establecimientos y en determinados mercados. En este sentido, Anita comparte su punto de vista:

A mí me ha dicho gente que lo conoce, que es de tal y cual, que la leche del [supermercado M] es muy buena, tiene buena reputación, y la otra la ponen muy bien. El tomate también es una marca de no sé dónde. Cuando alguien me lo comenta, me da igual que sea marca [marca blanca³ H.] o no, pero si no lo sé, yo tal marca... Por ejemplo, los congelados: entre [marca de congelados F.] y tal, y cual, y cual, cojo [marca de congelados F.] [...] Hombre, se nota la calidad (Anita, 72, VCV).

3 La marca blanca es considerada una marca propia o del distribuidor que identifica un producto comercializado exclusivamente por el establecimiento y que ha sido encargado para que lo fabrique una empresa líder. Es una estrategia de marketing que se ha extendido, sobre todo, en productos de alimentación y de limpieza del hogar. Generalmente estos productos se venden a un precio más bajo que la marca líder.



Aún a pesar de el tener que ir a comprar al supermercado, las mujeres apuntan a que no todos los supermercados son iguales, y que en alguno de ellos los alimentos son de más calidad que en otros: “El [supermercado C] está muy bien ordenado. El [supermercado D] parece que entraste en el rastro” (Hortensia, 70, BC). Para esta misma señora, la calidad de los aspectos sensoriales del producto entregado determina si se puede confiar en el establecimiento:

Ahora tampoco quiero que me engañen. Porque una vez me puedes engañar, luego llegas en casa y aquel trozo que me han puesto que prácticamente es grasa, cuando vuelvo se lo digo (Hortensia, 70, BC).

Explican cómo el hecho de tener que ir a grandes superficies les implica también muchas veces el tener que prestar más atención a los sus sentidos a la hora de comprar, para discernir, si el alimento está en buen estado o no, está caducado, ha seguido la cadena de frío, o saber el estado higiénico de éstos.

Yo sí que me gusta mirar. No digo nada ¡eh! Pero yo ya no quiero aquellos yogures ni aquello no, porque aquello cuanto pasé allí estaba malo. Y eso es tener muy poca vista [...] Quizás soy muy exigente, no sé qué, que decirte, para mí que la limpieza es muy importante. Me puedes dar un plato viejo, no te diré nada, ahora me lo das sucio y te diré cómelo tú (Hortensia, 70, BC)

En general, las compras se hacen en distintos sitios, en función de la elección de distintos productos. Por ejemplo, a Laura, de 80 años y residente en Tarragona ciudad, le gusta comprar frutas, verduras y huevos en una tienda pequeña del pueblo, pero escoge las botellas en el supermercado y la carne en la carnicería. En cambio, a Melisa, de 89 años, residente en Valencia ciudad, lo importante es la atención del vendedor: “Me gustaba siempre ir donde veía yo que me atendían bien y lo que compraba era bueno. Eso era... he sido siempre así”.

Algunas mujeres consideran que ha habido un empeoramiento de la calidad de los productos y un aumento de los precios en algunos supermercados.

Yo en los supermercados compro mucho menos [supermercado C.] El [supermercado D.] [...] cambió la calidad ¡eh! Ha bajado. No me gusta ahora como está. Sí que compro algo, pero ya no me atrae, pero el [supermercado C.] ha subido mucho (Hortensia, 70, BC).

Aunque las marcas blancas de algunos supermercados son más baratas y algunas mujeres prefieren consumirlas, como es el caso de Paloma, 83 años, residente en Tarragona: “parece que puedan tener calidad porque se hace responsable la casa, digo yo”. Hay otras señoras que optan por fijarse en información del etiquetado como los ingredientes, la fecha de caducidad y el lugar de procedencia. Por ejemplo, Mariluz, de 76 años, residente en Granada ciudad, confía en productos de una determinada marca blanca por su calidad:



Yo creo que sí. Hacen encuestas a veces de los productos de [supermercado M.], la leche que yo compro pone [marca blanca H.], pero la hace la vaquería que está en Córdoba, que son muy buenas.

En la siguiente narrativa, la señora se fija al mismo tiempo en los ingredientes y la fecha de caducidad:

Si compro galletas o cosas así siempre miro los ingredientes. Con qué aceite está hecho, tengo una manía de mirar esto. Lo miro de ahora de hace unos cuántos años hacia aquí. Pero esto no se miraba antes, no se miraba. Mire, compré habitas de Santa Pau envasado a 12 euros el kilo, pero lleva la marca, la fecha de caducidad, todo (Paloma, 83, TT)⁴.

Además, entran en juego a la hora de decidir dónde comprar los aspectos, las motivaciones económicas y la calidad de los alimentos, así como el precio. De esta manera, con la crisis del 2008, algunas de las personas entrevistadas apuntan que compran algunos de los alimentos en el supermercado, por la subida de precios y la necesidad de comprar más económico. Ángeles, 78 años y residente en Granada, busca cuando compra “...que haya calidad y buen precio. Tampoco compro yo una marrana por comer más barato. En vez de comerme dos, me como uno”. Del mismo modo que Emma, 83 años y residente en Barcelona, se fija en los precios:

En los precios. Sí, sí. Yo, mira, ternera no compro, pero compro filete de pavo. Que parece que sea cordero. Y sabe de tierna. Y el [supermercado M.] te sale mucho hueso, hay un hueso aquí y otro aquí. Y allí en el [supermercado C.] compro filete y solo hay uno al medio y así. Me compro una bandeja que da cuatro cinco trozos y tengo para dos o tres días.

Se observó que algunas de las entrevistadas suelen confiar más en las tiendas pequeñas de siempre, de barrio o en los mercados, que en las grandes superficies. “Claro, me gusta ahí en el mercado porque sé que es fresco” (Anna, 77, BC).

Confiando en los productos sanos, frescos, de proximidad y ecológicos

La confianza y desconfianza en los productos también viene marcada por las características y propiedades del propio alimento: si contiene vitaminas, grasas..., dependiendo de aquellos alimentos que se consideran más o menos sanos. Se confía sobre todo en las verduras y las frutas que se consideran frescas y saludables. Así queda reflejado en las siguientes narrativas de mujeres residentes en las distintas comunidades autónomas.

Fruta la compro muy variada, pero sé que hoy las frutas que comemos no tienen las vitaminas que necesitamos (Carol, 74, GA).

4 Narrativa original: “Si compro galletes o coses així sempre miro els ingredients. En quins oli està fet, tinc una mania mira abaixo això, ho miro, ho miro, ara de fa uns quants anys cap aquí eh? Però això, no es mirava abans, no es mirava això sí. Miri vaig comprar fesolets de Santa Pau envasat a 12 euros el quilo però porta la marca, la data de caducitat, tot”.



Pues yo encuentro que es saludable todas las clases de verduras. [...] yo como mucho tomate. Fresquito sí, que me los saco de la nevera, lo parto y ya que yo con un poquitito de sal y aceite, me encanta (Diana, 87, BC).

Los productos de proximidad, aunque puedan ser más caros, son alimentos en los que se confía debido a que son producidos localmente.

... solemos comprar toda la parte de carne aquí en el área de G. está aquí cerca y tenemos más confianza (...) ..entonces tienen sus granjas con las gallinas, con sus animales, con los pollos, los conejos y ellos mismos los cuidan, los matan y los hacen todo, entonces te da más confianza que si no sabes de dónde viene (Rosa, 81, BC).

Aunque los productos ecológicos no suelen ser consumidos con preferencia entre las mujeres mayores de nuestro estudio, éstos fueron considerados alimentos que favorecen la salud.

Puedo comprar cosas que son ecológicas, cosas que vayan mejor para mi salud que perjudican menos, claro que hago [...] Si no lleva los aditivos, conservantes, los fumigadores, hombre, por supuesto siempre será más sano, digo yo (Lucía, 65, GA).

Al mismo tiempo, pueden albergar dudas con relación a la categoría de ecológico, como en el caso de esta misma señora:

Normalmente, de lo que me voy a hacer, sí que lo compro ecológico, pero también es que te mienten mucho a veces con lo ecológico. ... Es verdad que en [supermercado C.] sí que tienen un *stand* que te pone “ecológico”. Las ensaladas te ponen “ecológicas”, y entonces te puedes fiar, creo yo (Lucía, 65, GA).

El precio de los ecológicos y el conocimiento sobre ellos parecen ser obstáculos para la compra, aun cuando se tiene confianza:

Sí confío, pero que los veo más caros y no tengo necesidad tampoco. Lavándolos con los tomates y los pimientos y todas esas cosas, lavándolos muy bien, creo, pues no tengo necesidad, además consumo tanto como para... (Malena, 74, GA).

Algunas de las mujeres entrevistadas sospechan de estos productos, aunque tengan el sello de ecológico.

Yo he estado en mercaditos que sí, te venden productos ecológicos, te dicen. Yo, cuando era pequeña, en mi casa había tierras, había animales y... y...



bueno, ecológicos. ... en todos los sitios hay meteduras de... ecológicos hasta cierto punto. Igual te los compran los huevos en el mercado, en una granja o no sé qué y te dicen que son de corral. Yo qué sé (María, 73, VCV).

En relación con la producción, hay una percepción diferente de los alimentos según la distancia, donde se desconfía de los productos que provienen de fuera y se prefieren productos de proximidad.

Hay muchas enfermedades a causa de la alimentación. Aquí comemos muchas cosas que no debíamos comer, como el pescado cuando lo mandan de esos países contaminados, que eso es malísimo. Eso tenía que estar controlado, pero no está (Hortensia, 70, BC).

Desconfiando en los productos preparados, precocinados y procesados

Las mujeres desconfían, en primer lugar, en los alimentos preparados o precocinados. Son las hamburguesas los productos preparados que les generan mayor desconfianza al no saber cuál era el estado de la carne molida ni tampoco si habían incorporado algún conservante, aromatizante o alterador de sabor. En la siguiente narrativa, esta mujer no confía en comprar una hamburguesa empaquetada:

Pido la carne para que me la hagan, que yo vea que es un buen trozo, y entonces me la hacen y entonces me la como a gusto. Pero otras hamburguesas que están hechas pues... sabe Dios lo que llevan metido esas hamburguesas (Fausta, 74, BC).

Esta sospecha se extiende a otros productos preparados, como canalones, caldos, zumos, pizzas, tortillas, gazpachos, etc.

Aunque en el siguiente caso, esta señora reconoce que los productos no deben ser malos. Teniendo en cuenta que su hija consume este tipo de productos por falta de tiempo, los acepta, pero se resiste a probarlos.

Yo creo que estará bien eso [platos precocinados o preparados]. A quien le venga bien, mi niña se compra sus tortillas hechas, y se compra lasañas que venden también. No la he probado y no te puedo decir. Las tortillas no están malas. Pero que... cuando lo hacen, creo que llevará todo su... Yo pienso, creo... porque mi niña es lo que se toma. Hasta los caldos, ya te digo que la regañó porque se compra el caldo ese (Elena, 77, GA).

En esta misma línea, esta señora no prueba estos productos, pero reconoce que los jóvenes los consumen con mayor preferencia. Estas diferencias generacionales son señaladas por varias mujeres.



Muchas veces no sabemos lo que comemos. La gente joven no come nada más que pasta y tonterías prefabricadas y no sé qué tonterías y cosas. A mí me gusta mi potaje y mi café por la mañana. Yo con lo que guiso, yo que se, que a lo mejor meto la pata, pero yo creo que no. Yo hago unas lentejas, un buen puchero (Ángeles, 78, GA).

Actualmente, sobre todo la gente más joven, consume más comida preparada, procesada e industrial que son menos sana, de cámara frigorífica y no de temporada (perdiendo sus propiedades, como las vitaminas y minerales) y con muchos productos químicos añadidos.

Yo ya no te puedo decir de los químicos, porque todos son químicos, porque si tiene, espérate [...] Yo he tenido antes una casita en el campo... y hacia tomates en conserva ... pero que no llevaban química ninguna. ¿Sabes lo que hacía? Baño maría. Y, ¿sabes qué?, que yo hacía el pote de tomate, los pelaba y luego los metía en el bote de cristal, lo cerraba y al baño maría nada más. Y guardaba. Ahora no sabe uno lo que llevan... las cosas envasadas (Ángeles, 78, GA).

Uno de los elementos de rechazo de estos productos es el gusto. Los aspectos sensoriales son un indicador sospechoso y desagradable en los precocinados:

Yo sé que llevan cosas como conservantes, que, aunque digan que no, lo llevan, pues no me gusta. Aunque tampoco entiendo mucho, pero sé que es algo mal... que es malo para la salud, y no me gustan. Pues, entonces, yo no compro (Malena, 74, GA).

Incluso puede llegar a motivar asco, como se señala en la siguiente narrativa:

Pues la verdad es que, lo que yo compro, como siempre... Es que yo, cuando veo algo raro, no me gusta comprarlo. A lo mejor en eso soy más antigua. Lo que compro, pues no son... a lo mejor esas cosas que yo veo de comida, de cosas hechas, me da asco y no quiero probarlas. Que a mí me da esa impresión, no es porque estén mal, no [...]. No me apetece comprarlo (Herminia, 77, GA).

Esta pérdida del gusto se da también con la utilización de las cámaras. Al no respetar el ciclo de maduración, las frutas pierden el sabor y sus propiedades organolépticas, como relata esta señora:

Compras unas ciruelas o unas manzanas, lo que sea, están todas heladas porque salen de la cámara. Las tienes dos días, antes las tenías una semana, dos semanas, no se echaban a perder. Ahora a los cuatro o cinco días ya se manchan si las tienes fuera de la nevera. La carne, lo pollo pasa igual,



como lo tengas dos días sin poner al congelador ya está baboso... No se sabe, ahora también hay melones, también hay manzanas todo lo mismo que antes. Lo que pasa es que ahora todo se cría en invernaderos y va a las cámaras y de las cámaras a las tiendas. Entonces este proceso, todo esto se echa a perder, porque lo cosechan, tienen que cosechar verde para que se conserve. Entonces la maduración la tiene que hacer en la cámara, pero no la hace (Laura, 80, CTRT)⁵.

Este conocimiento basado en la experiencia sensorial no evita que haya mujeres que lean la caducidad de los productos precocinados que compran:

Miro la fecha de caducidad, y sí que... pero claro, es que como que no compro comidas precocinadas... porque los precocinados sí que miras y hay una serie de nombres que dices: yo no sé todo esto qué debe de ser... Entonces precocinados no compramos nada (Eulalia, 77, CTRT)⁶.

En segundo lugar, la desconfianza en los alimentos precocinados se debe al desconocimiento de quienes han participado en su preparación y cómo lo han hecho. Ya no solamente se sospecha de los “químicos” añadidos a los productos para su conservación o manipulación, sino de las personas que los han preparado. En la siguiente narrativa compara la confianza que siente cuando remoja las habichuelas con la desconfianza en un pote de conserva:

Desconfío y confío. Desconfío en este sentido: por ejemplo, habichuelas que hay cocidas, yo anoche, antes de anoche, yo iba a poner el potaje aquél, y fui a coger habichuelas blancas secas y las metí en un cachucho con agua de botella y las remojé yo, y las cocí con los garbanzos. Los garbanzos los tengo yo en una bolsa... Echo, por ejemplo, un kilo y los tengo un par de días remojando bien, los escurro y los meto en el congelador y ya los cojo. Luego soy desconfiada y te voy a decir porqué, porque empiezo: “Madre mía y dónde lo habrán cocido, y quién lo habrá cocido y cómo... qué le habrán echado...” (Fernanda, 79, HA).

Las habilidades culinarias aprendidas contribuyen a estar más atentas con lo que se compra y consume. Por eso, en la siguiente narrativa se observa que a esta señora el gusto por cocinar influye en que no le guste nada preparado: “No, pues porque yo disfruto en la cocina, yo no quiero que me lo den hecho. Me gusta hacérmelo yo” (María, 80, TT)⁷.

Las mujeres también suelen desconfiar de los productores, industrias, distribuidores... Como apunta la siguiente narrativa: “nadie sabe lo que comemos”.

Casi siempre compro lo mismo, las mismas cosas que yo sé que creo... si nadie sabemos lo que comemos [...] Pues porque nos engañan mucho, nos creemos que una cosa está [buena], que vamos solamente a mirar lo

5 Narrativa original: “Compres unes prunes o unes pomes, lo que sigui, estan totes gelades perquè surten de la càmera. Les tens dos dies, abans les tenies una setmana, dos setmanes no es feien malbé, ara als quatre o cinc dies ja es taquen si les tens fora de la nevera. La carn, lo pollastre passa igual, com ho tinguis dos dies sense posar al congelador ja esta bavós perquè, no se sap ara també hi han melons, també hi han pomes tot es lo mateix que abans. Lo que passa es que ara tot se cria en hivernacles i va a les càmeres i de les càmeres a les botigues, llavors aquest procés, tot això se fa malbé, perquè ho cullen, han de collir verd per a que es conservi llavors la maduració la te que fer a la càmera, però no la fa.”

6 Narrativa original: “...miro la data de caducitat, i sí que... però clar, és que com que no compro menjars precuinats que tot és cru... eh, perquè els precuinats sí que mires i hi ha una sèrie de noms que dius: jo no sé tot això què deu ser eh... llavors precuinats no comprem res”.

7 Narrativa original: “No, doncs perquè jo hi disfruto a la cuina, jo no vull que m’ho donguin fet. M’agrada fer-m’ho jo”.



caro porque lo caro es más bueno, es mentira. [...] Los industriales o los quien sea, a lo mejor se les caen las cosas y, y luego te las ponen a ti bien puestecitas (Fausta, 74, BC).

Eso hace que muchas desconfíen de los alimentos procesados o que hayan sido manipulados previamente.

Yo no compro comida hecha ni enlatada. [...] Todo lo que sea que venga en cartón, que venga esto que está hecho o esto otro [...] porque es una cosa que digo bueno ¿cómo habrán hecho esto?, ¿de cuando estaba hecho?, ¿cuántas calorías tendrá esto?, ¿dónde lo habrán hecho? [...] Yo no compro ni una lata ni una comida hecha. Jamás. Ya verá usted, yo no me he comido nunca una hamburguesa. Jamás (Anna, 77, BC).

Experiencias y habilidades culinarias

Las mujeres profundizan en sus recuerdos para referirse al antes y después de su experiencia vital como un factor a la hora de diferenciar los aspectos sensoriales de los alimentos. Para ellas, los alimentos de antes tenían mejor gusto y más olor que los de ahora. En las siguientes narrativas, de la misma mujer, se acude a las referencias sensoriales para comparar la alimentación de ahora con la de antes.

Con el paso de los años, estos de tantos productos empeoraron la [...] todo lo que es la fruta y todo esto empeoró muchísimo. No tenía que haber tantos productos de esos. Teníamos que hacer las cosas más naturales. Esto sería mejor para todos... Ahora hacen mucha cantidad, pero no hay calidad ¡uh! Comes una patata, pero si no sabe a nada. Yo digo, los nabos en mi tierra sabían mejor. Sí, allí comías una col, una lechuga o [...] lo que fuera aquello [...] un olor, una cosa, un [...] te daba vida, pero aquí tras el carro de la compra [...] Digo y esto a qué huele, pues a nada (Hortensia, 70, BC).

También apuntan a que antes se comía más sano y natural (“antes era todo natural”). Virginia, 81 años, residente en Granada ciudad, tiene confianza “en lo de siempre”: “Yo me guio por lo que viene de antes”. Y Ángeles, 78 años y residente en Granada, reconoce que “los pimientos antes tenían unas semillas que no veas, y ahora abres un pimiento así, y no tiene semillas por dentro. Así que eso no está bien”.

Muchas de las participantes se quejan de que en la actualidad se utilizan muchos conservantes perjudiciales para la salud.

No, porque tienen muchos artificiales, cosas que les echan, luego, las naves que son todo esto artificial. Antes te comías un tomate cuando era su tiempo, y comías menos, pero era más sano. Porque se acababan los tomates



y no había hasta el otro año y la gente los secaba y no había otra fruta, que ahora hay todo el año, pero ¿cómo? Conservada en el frigorífico, que eso no tiene ni vitamina ni nada. Y todo muy caro, y comes porque tienes que comer, pero como alimentación no tenemos ninguna. Que por eso yo creo que hay tantísimas enfermedades porque creemos que comemos muy bien y no estamos comiendo nada [...] Si, tú ves unas fresas todo el año envasadas, que eso no tiene nada más que vista, eso es comer por comer (Carol, 74, GA).

El placer por la comida está relacionado con el dominio de las técnicas culinarias y el gusto por comer de todo, como se observa en la siguiente narrativa:

Siempre he sido comedora y todo me ha gustado. Yo siempre he hecho acelgas, espinacas con piñones, todo lo que me apetece. Como lo que me apetece, menos lo que me toca. El día que vienen ellos [los hijos] hago una tortilla con patatas, me guardan un trocito, y lo miro y digo: oh, que buena, ¡si me pudiera comer! Pero claro, ya antes me he comido un plato de verdura, porque como mucha. Aunque sean las ocho y media tengo que cenar, y a veces me como el trozo de carne o pescado con la verdura, porque para cenar no como casi (...). Y siempre me lo como a la plancha, no lo hago frito (Tania, 90, CTRT)⁸.

Estas mujeres tienen habilidades culinarias y prefieren preparar la comida, conservarla e incluso repartirla entre sus hijos para ayudarles. También suelen estar acostumbradas a comer de todo. Pero también hay las que prefieren cuidarse la salud, como la siguiente señora, y fijarse mejor en lo que comen, sobre todo después de la pandemia de Covid-19:

Ahora que ya somos grandes, miro lo que comemos y pienso que sea saludable porque te ayuda a continuar estando bien. De joven no pensaba nada, yo a vuestra edad me era igual lo que me pusieran en el plato, me lo comía todo, tenía suerte de que todo me caía bien, pero no pensaba nunca en si era saludable o era demasiada o era poco o lo que fuera. A todas horas lo que quería. Ahora sí, ahora pienso porque... y de esto también la pandemia me ha hecho muy consciente. Cuando empezó el confinamiento, pensé: “ahora es hora de mirar lo que comes para intentar encontrarte bien, para intentar no tener que necesitar ir al médico” [...]. Y desde aquel momento me concienció mucho más de intentar de... claro, ¿tú que puedes hacer para encontrarte bien? Cuidar la alimentación, descansar, hacer un poco de ejercicio... lo que dicen, vida saludable (Eulàlia, 77, CTRT)⁹.

En referencia a la manipulación de los alimentos, se pone mucho énfasis en la higiene y la limpieza, incidiendo en la necesidad de lavar los alimentos. Práctica que se ha introducido o intensificado con la pandemia de Covid-19.

8 Narrativa original: “Sempre he sigut menjadora jo i tot m’ha agradat. De petita potser canviés més, però a mesura que he sigut gran, facin el que facin o faci el que faci jo... Fins als 20 anys hi havia la *abuela*, però *alego* ho vaig fer jo sola. Jo sempre he fet bledes, espinacs amb pinyons, tot el que em ve de gust. Menjo el que em ve de gust menys el que em toca. El dia que venen ells i faig una truita amb patates, me’n guarden un bocinet, i la miro i dic oh, que bona, si me’n pogués menjar. Però clar, ja al davant m’he menjat un plat de verdura, perquè en menjo molta. Encara que siguin dos quarts de nou he de sopar i faig bajoca, i a vegades em menjo el tall amb la verdura perquè a sopar no menjo casi. (...) I el tall sempre me’l menjo a la planxa, no el faig fregit”.

9 Narrativa original: “Ara que ja som grans miro lo que mengem i penso que sigui saludable perquè t’ajudi a continuar estant bé. De jove no hi pensava gens eh, jo a la vostra edat m’era igual lo que em possessin al plat, m’ho menjava tot, tenia sort de que tot em queia bé però no hi pensava mai en si era saludable o era massa o era poc o lo que fos. A totes hores lo que volia. Ara sí, ara hi penso perquè... i d’això també la pandèmia m’ha fet molt conscient. Quan va començar el confinament vaig pensar: “ara és hora de mirar lo que menges, per intentar trobar-te bé per intentar no haver de necessitar anar al metge” [...] I des d’aquell moment em vaig conscienciar molt més d’intentar de... clar, tu què pots fer per trobar-te bé? Cuidar l’alimentació, descansar, fer una mica d’exercici... lo que en diuen vida saludable”.



Yo llego de comprar y echo a todas las frutas agua y las lavo... Las dejo escurrir y luego la meto en el frigorífico. Yo cojo la barra de pan y aunque esté la barra de pan con su papel no lo meto ahí, la saco, tiro el papel y pongo un plástico. Hago mi trocito, lo meto en el frigorífico...y lo congelo... Siempre está esa limpieza. Es muy importante la limpieza (Anna, 77, BC).

Consideraciones finales

A pesar de que la confianza y desconfianza en la comida son innatas al ser humano y siempre han estado presentes a través de los tiempos, representando las fuerzas opuestas que se presentan para la toma de decisiones sobre alimentación y caracterizando la paradoja del omnívoro (Fischler 1995), ambos criterios forman parte de un complejo proceso sociocultural. La literatura destaca el miedo y el recelo que caracterizan los consumidores ante la forma actual de producción de alimentos (Muñoz-Sánchez y Pérez Flores 2015, Contreras 2022).

El sistema alimentario moderno, caracterizado por la industrialización del sector agroalimentario, la intensificación y homogenización de la producción y de la distribución de alimentos, concentradas en las manos de pocas megacorporaciones, ha llevado a una pérdida progresiva del contacto de las personas con el ciclo de producción alimentaria (Delgado Cabeza 2010, Contreras 2022). Muñoz-Sánchez y Pérez-Flores (2015, 178) resaltan los conceptos del binomio seguridad y desconfianza en función de la proximidad o lejanía del consumidor del proceso de producción: cuanto más grande el hábitat y menor la edad, mayor es la posibilidad de desinformación sobre el proceso de producción del alimento.

Estos elementos influyen en los comportamientos de consumo de las personas mayores, que difieren en sus percepciones de confianza/desconfianza para las decisiones de compra cuando se comparan a los de los consumidores más jóvenes. Los jóvenes se organizan para hacer sus compras de alimentos de forma rápida (por ejemplo, hipermercados con ofertas más amplias de productos o por la Internet) y por su ritmo de vida, en que les falta tiempo, se alejan de la cocina, están más interesados en productos innovadores¹⁰ y consumen más ultra procesados¹¹, valorando más la variedad que la calidad.

Mientras tanto, las personas mayores todavía valorizan las tiendas de comida pequeñas y tradicionales (“las tiendas de toda la vida”), la relación de confianza con los vendedores y la culinaria (Sandín Vásquez *et al.* 2019; Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación 2021, 2023; Romero Ferreiro *et al.* 2022; Robledo de Dios *et al.* 2023).

En esta investigación, los aspectos sensoriales fueron el factor principal para definir la confianza o desconfianza en los alimentos y determinar su compra: apariencia, textura, gusto y olor fueron reportados como indicadores de la calidad de los alimentos y si se podía confiar en ellos. Esto también fue observado en algunos de los artículos analizados por Caso y Vecchio (2022), en cuanto a la revisión sistemática sobre las influencias en la selección alimentaria de personas mayores.

10 Según el Barómetro del clima de confianza del sector agroalimentario (2023), las bebidas, como los zumos o los refrescos, los platos preparados y los dulces son los alimentos en que más innova la industria agroalimentaria. Aunque más interesados por los alimentos novedosos, sin embargo, los más jóvenes (22-35 años) prefieren los productos con menos calorías, grasas y azúcares.

11 En el modelo del sistema alimentario moderno, los alimentos procesados y ultra-procesados están presentes con mayor intensidad, fácilmente disponibles, a menudo, más baratos y convenientes para el consumo, ofreciéndose en áreas de fácil accesibilidad/consumo, formando desiertos alimentarios o pantanos (Sabourin *et al.* 2022, 16). En el contexto de la pandemia de Covid-19, estos productos ultraprocesados en entornos obesogénicos continuaron formando parte del patrón alimentario básico (Sanmartino y Baumann 2022).



Otros estudios con personas mayores (Bloom *et al.* 2017, Zalega 2017, Caso y Vecchio 2022), en otros países, también encontraron el precio o el obtener una buena relación calidad-precio como un factor determinante para la compra de alimentos, lo que puede asociarse a ingresos más limitados para ese grupo. Por ejemplo, en referencia a las marcas blancas ofrecidas por diversos supermercados, Medina *et al.* (2015) encontraron una cierta desconfianza entre adultos en Catalunya, similar a la de las mujeres en esta investigación. Sin duda los precios son atractivos. Sin embargo, ¿que se modifica para alcanzarlos? Muñoz-Sánchez y Pérez Flores discuten la utilización de las marcas blancas a partir de la recolección de informaciones de la base de datos “Hábitos alimenticios de los españoles”, cuyo consumo se asocia principalmente “al precio, y por tanto al consumirlos se intenta conseguir calidad en los alimentos, pero a un coste menor para sus economías” (Muñoz-Sánchez y Pérez Flores 2015, 185).

Personas mayores en otras investigaciones también reportaron la valoración de los atributos de frescor, calidad y origen. Se observó que las personas mayores de 65 años toman decisiones de compra predominantemente prudentes, evitan situaciones inciertas y compran, en su mayoría, productos conocidos y de uso frecuente (Zalega 2017), como lo observado entre las mujeres entrevistadas. Callejo (2009, 46) sugiere que “es la desconfianza con la comida, que hace que tendamos a preferir lo conocido, aun cuando se hayan ido produciendo cambios en nuestra dieta”.

Se observa que los alimentos considerados como frescos, “naturales”, de proximidad, de temporada, “tradicionales” o preparados en casa son asociados cultural y simbólicamente con lo que es considerado sano (Gaspar *et al.* 2019, 65), a pesar de la desconfianza que algunas mujeres mostraron hacia los alimentos ecológicos. En este caso, es posible que haya dificultades en confiar en la idoneidad de los establecimientos o en relacionar las prácticas ecológicas actuales con las prácticas de producción de alimentos experimentadas en el pasado, y que vivenciaron estas mujeres. Las narrativas resaltan la idea de que lo que se producía en el pasado era más natural y correcto, principalmente en cuanto a los aspectos sensoriales de los alimentos, que “sabían y olían mejor”, resultado similar al encontrado por Rivero Jiménez *et al.* (2020) en una investigación con personas mayores en Extremadura, España. Aun así, la idea reportada por las mujeres entrevistadas de que las frutas y verduras son saludables y los alimentos envasados, precocinados, procesados y congelados generan desconfianza también está descrita en otras investigaciones con personas mayores (Rivero Jiménez *et al.* 2019, Rivero Jiménez *et al.* 2020).

La confianza en la alimentación también es afectada por los “agentes de confianza” que componen un sistema social, y que, en el caso de los alimentos, incluyen desde los productores hasta los establecimientos comerciales (Callejo 2009). Las entrevistadas adquieren productos en establecimientos variados, pero hubo una manifestación más positiva, de confianza, en las tiendas locales y mercados. Dhuria *et al.* (2021) resaltan la importancia del papel de los supermercados en alcanzar un número importante de consumidores y su potencial en influir en la decisión de compra. Sobre estos establecimientos, las mujeres manifestaron so-



bre las calidades de esos locales que definen su confianza/desconfianza: relación calidad-precio de los productos, limpieza, organización, oferta de alimentos (variedad) y servicio. En su investigación con mujeres británicas adultas estos autores también encontraron la búsqueda por la calidad-precio como uno de los principales factores que definían la selección del supermercado (Dhuria *et al.* 2021).

No se puede olvidar que la recolección de datos se ha realizado en diferentes momentos de la pandemia. En España, dentro de un contexto mundial, el acceso a los alimentos se ha visto afectado por diversas crisis – 2008, 2015 y, finalmente la crisis desencadenada por la pandemia de COVID-19 en 2020, cuyos efectos todavía perduran. Estas crisis han conllevado al empobrecimiento de la población debido al aumento de las desigualdades sociales en nuestro país, cuyas consecuencias han sido palpables en el crecimiento de la precarización e inseguridad alimentaria (Gracia-Arnaiz 2014, Díaz-Méndez y Ramos-Truchero 2023).

Los tres principales factores que dicen las mujeres mayores de nuestro estudio que han afectado la selección de alimentos han sido el precio, la capacidad de saciar y el gusto. La preocupación por la salud – tema importante considerando el rango de edad investigado en este estudio – y otros factores normalmente valorados como la vinculación del alimento con la cultura, la identidad y la conveniencia también fueron impactados por las transformaciones impuestas por la crisis (Medina *et al.* 2015).

A pesar de que se ha observado un cambio y modificación de las prácticas en referencia a los entornos alimentarios durante la pandemia (estos resultados serán publicados más adelante), ésta no ha influido en la percepción que estas mujeres tienen del riesgo alimentario y de la confianza y desconfianza en los productos que consumen, como se apunta en las diferentes narrativas analizadas.

El derecho a una alimentación adecuada incluye el acceso a productos que cubran nuestras necesidades nutricionales, el respeto a nuestra cultura alimentaria y que sean producidos y distribuidos de manera justa y sostenible (Piaggio 2016). Este derecho implica un cambio de paradigma que tenga en cuenta un sistema alimentario que combata la malnutrición y el aumento de enfermedades no transmisibles, reconociendo la importancia que tienen las políticas orientadas de manera conjunta a desarrollar regulaciones en los sistemas de producción y el consumo.

Dado que la industria alimentaria ejerce un papel predominante en la distribución de productos en los diversos entornos alimentarios, nos gustaría concluir sobre la necesidad de seguir profundizando sobre la influencia de estos entornos en el comportamiento alimentario. En el caso de las mujeres mayores, que son quienes en su mayoría compran y cocinan, son los diversos entornos alimentarios espacios para tener en cuenta a la hora de proponer acciones en los que se pueda fomentar una alimentación adecuada.



Sobre las autoras

Cristina Larrea-Killinger

Catedrática de Antropología Social de la Universitat de Barcelona y miembro de los grupos CRITS, INSA-Programa Maria de Maeztu y CIBER-ESP. Su experiencia etnográfica se ciñe a problemas de salud ambiental como el saneamiento básico y los contaminantes ambientales, así como el pluralismo médico y la inseguridad alimentaria en España y Brasil. Email: larrea@ub.edu

Claudia Juzwiak

Profesora asociada del Departamento de Ciencias del Movimiento Humano de la Universidad Federal de São Paulo, Brasil. Coordinadora del Grupo de Investigación Cuerpo & Comer. Su investigación tiene enfoque en percepciones sobre el cuerpo y las trayectorias alimentarias de diferentes grupos. Email: claudia.juzwiak@unifesp.br

Araceli Muñoz

Profesora agregada en la Unidad de Formación e Investigación de Trabajo Social de la Universitat de Barcelona y miembro del Grupo de Investigación e Innovación en Trabajo Social (GRITS) de la misma universidad. Su investigación se centra en: alimentación y contextos vulnerables; salud y riesgo; salud e infancia; migraciones; y sinhogarismo. Email: aracelimunoz67@ub.edu

Contribución de las autoras

En la construcción del texto, las tres autoras hemos contribuido a la conceptualización, el diseño, el análisis, la supervisión y la redacción de las distintas versiones del manuscrito, así como la versión final. Cristina Larrea-Killinger y Araceli Muñoz participaron además en la elaboración del trabajo de campo etnográfico.

Financiación

Proyecto de investigación I+D+I 2019 Retos coordinado: Comer importa: Precarización e itinerarios alimentarios (in)seguros en personas mayores (IP: Mabel Gracia-Arnaiz). Coordinación: Universitat Rovira i Virgili, código 10.13039/5011000011033, Ministerio de Ciencia e Innovación, España. Proyecto de investigación R+D+I 2019: Comer importa: Riesgos ambientales e incertidumbres alimentarias en personas mayores (IP: Cristina Larrea-Killinger). Coordinación: Universitat de Barcelona, código 10.13039/5011000011033, Ministerio de Ciencia e Innovación, España.

Declaración de ética y consentimiento informado

Este proyecto se llevó a cabo de acuerdo con las directrices de la Declaración de Helsinki y fue aprobado por los siguientes comités éticos: Comité de Bioética



de la Universidad de Barcelona y Comité Ético de la Universidad Rovira i Virgili. Se obtuvo el consentimiento informado de todos los sujetos que participaron en el estudio.

Declaración de disponibilidad de datos

Los datos presentados en este estudio no están a disposición del público por motivos de privacidad y confidencialidad.

Conflicto de intereses

Las autoras declaran que no hay conflicto de intereses.

Agradecimientos

Queremos agradecer el apoyo y el reconocimiento a todas las personas mayores participantes del estudio, teniendo en cuenta las dificultades que hubo durante el proceso de desescalada de la pandemia del Covid-19, entre 2021 y 2022, para llevar a cabo el trabajo de campo etnográfico.

Recebido em 16/11/2023

Aprovado para publicação em 23/05/2024 pela editora Kelly Silva (<https://orcid.org/0000-0003-3388-2655>)



Referencias

- Alcaide Guindo, Pablo, Pedro Alcaide Guindo, y Paulino García Fernández. 2007. *Evolución de la población española en el siglo XX por provincias y comunidades autónomas*. Bilbao: Fundación BBVA.
- Beck, Ulrich. 2002. *La sociedad del riesgo. Hacia una nueva modernidad*. Barcelona, Buenos Aires, México: Paidós.
- Bloom, Ilse, Wendy Lawrence, Mary Barker, Janice Baird, Elaine Denninson, Avan A. Sayer, Cyrus Cooper, y Sian Robinson. 2017. “What influences diet quality in older people? A qualitative study among community-dwelling older adults from the Hertfordshire Cohort Study, UK”. *Public Health Nutrition* 20, no. 15: 2685–93.
- Callejo, Javier. 2009. “La reorganización del sistema de confianza tras la crisis: El proceso en el campo de la alimentación”. *RES* 12: 39–65. <https://recyt.fecyt.es/index.php/res/article/view/65154>
- Contreras, Jesús. 2022. *¿Seguiremos siendo lo que comemos?* Barcelona: Icaria.
- David-Benz, Hélène, Ninon Sirdey, Alice Desons, Claire Orbell, y Patrick Herlant. 2022. *Catalizar la transformación sostenible e inclusiva de nuestros sistemas alimentarios. Marco conceptual y metodológico para evaluaciones nacionales y territoriales*. FAO, UE, CIRAD. <https://www.fao.org/documents/card/es?details=CB8603ES>
- Delgado Cabeza, Manuel. 2010. “El sistema agroalimentario globalizado: Imperios alimentarios y degradación social y ecológica”. *Revista Economía Crítica*, no. 10: 32–61.
- Calmaestra, José Antonio N., y Alberto C. Lama. 2020. “Geografía del envejecimiento en España y Portugal”. *ERIA* 2020-1, año XL: 107–122.
- Caso, Gerarda, y Riccardo Vecchio. 2022. “Factors influencing independent older adults (un)healthy food choices: A systematic review and research agenda”. *Food Research International* 158: 111476. <https://doi.org/10.1016/j.foodres.2022.111476>
- Dhuria, Preeti, Wendy Lawrence, Sarah Crozier, Cyrus Cooper, Janice Baird, y Christian Vogel. 2021. “Women’s perceptions of factors influencing their food shopping choices and how supermarkets can support them to make healthier choices”. *BMC Public Health* 21: 1070.
- Díaz-Méndez, Cecilia, y Guadalupe Ramos-Truchero. 2023. “From the economic crisis to the COVID-19 pandemic in Spain: The challenges for healthy eating in times of crisis”. *International Journal of Gastronomy and Food Science* 31: 100655. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2022.100655>
- Douglas, Mary. 1973. *Pureza y peligro. Análisis de los conceptos de contaminación y tabú*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- EU Food Policy Coalition. 2022. *Nota informativa. Entornos alimentarios y política alimentaria de la UE. Comprender el papel de los entornos alimentarios para los sistemas alimentarios sostenibles*. https://foodpolicycoalition.eu/wp-content/uploads/2022/09/Discovering-the-role-of-food-environments_ES_reducido.pdf
- Fischler, Claude. 1995. *El (h)omnívoro. El gusto, la cocina y el cuerpo*. Barcelona: Anagrama.
- Gaspar, Maria Clara, Claudia R. Juzwiak, Araceli Muñoz y Cristina Larrea-Killinger. 2019. “Las relaciones entre salud y alimentación. Una lectura antropológica”. En *Polisemias de la Alimentación: Salud, desperdicio, hambre y patrimonio*, editado por



- Observatori de la Alimentació (ODELA), 53–75. Barcelona: Edicions de la Universitat de Barcelona.
- Glaser, Barney G. y Alselm L. Strauss. 1967. *The Discovery of Grounded Theory; Strategies for Qualitative Research*. Chicago: Aldine Publishing Company.
- Global Nutrition Report. 2020. *Sistemas alimentarios y equidad nutricional*. https://globalnutritionreport.org/documents/599/Chapter_4_2020_Global_Nutrition_Report_Spanish.pdf
- Gracia-Arnaiz, Mabel. 2009. “¿Qué hay hoy para comer?: alimentación cotidiana, trabajo doméstico y relaciones de género”. *Caderno Espaço Feminino* 21: 209–37.
- Gracia-Arnaiz, Mabel. 2014. “Comer en tiempos de crisis. Nuevos contextos alimentarios y de salud en España”. *Salud pública de México* 56, 6: 648–53.
- Medina, Francisco X., Alice Aguilar, y David Fornons. 2015. “Alimentación, cultura y economía social. Los efectos de la crisis socioeconómica en la alimentación en Cataluña (España)”. *Sociedade e Cultura* 18, no. 1: 55–64.
- Larrea-Killinger, C., Araceli Muñoz, Ruth Echeverría, Oriol Larrea y Mabel Gracia-Arnaiz. 2024. “Trust and distrust in food among non-dependent elderly people in Spain. Study on socio-cultural representations through the analysis of cultural domains”. *Appetite*, nº 197: 107306. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2024.107306>
- Larrea-Killinger, C., Araceli Muñoz y Jaume Mascaró. 2017. “Cuerpos tóxicos: la percepción del riesgo de la contaminación interna por compuestos químicos en España”. *Salud colectiva* 13, no. 2: 225–237. DOI: 10.18294/sc.2017.1161
- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. 2021. *Barómetro del clima de confianza del sector agroalimentario. Monográfico Hábitos de Compras (Consumidores). Cuarto trimestre 2021*. https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/consumo-tendencias/2021-4-trimestre-habitos-de-compra-consumidores_tcm30-640425.pdf
- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. 2023. *Barómetro del clima de confianza del sector agroalimentario. Monográfico Productos Novedosos (Consumidores). Primer trimestre 2023*. <https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/consumo-tendencias/barometro-del-clima-de-confianza-del-sector-agroalimentario/>
- Muñoz-Sánchez, Víctor M., y Antonio M. Pérez Flores. 2015. “La alimentación en España en tipos de crisis: Nuevos modelos de valores y consumo”. *Revista de Humanidades* 25: 169–92.
- Pérez Díaz, Julio, Diego Ramiro Fariñas, Diego, Pilar Aceituno Nieto, Carlos Muñoz Díaz, Clara Bueno López, Sebastián Ruiz-Santacruz, Isabel Fernández Morales, Ana Belén Castillo Belmonte, Julia de Las Obras-LoCERTALES Sampérez, y Begoña Villuendas Hijosa. 2022. “Un perfil de las personas mayores en España, 2022. Indicadores estadísticos básicos”. *Informes Envejecimiento en red* 29: 40. <http://envejecimiento.csic.es/documentos/documentos/enred-indicadoresbasicos2022.pdf>
- Piaggio, Laura Raquel. 2016. “El derecho a la alimentación en entornos obesogénicos: Reflexiones sobre el rol de los profesionales de la salud”. *Salud Colectiva* 12, no. 4: 605–19.
- Poulain, Jean Pierre. 2019. *Sociologías de Alimentación. Los comensales y el espacio social alimentario*. Barcelona: Editorial UOC.
- Rivero Jiménez, Borja, David Conde-Caballero, y Lorenzo Mariano Juárez. 2020. “Educación para la salud y alimentación en personas mayores. Tradición, cultura y autoridad en Las Hurdes (Extremadura-España)”. *Agathos* 3: 18–25.



- Rivero Jiménez, Borja, David Conde Caballero, Beatriz Muñoz González, José García Alonso, César Fonseca, y Lorenzo Mariano Juárez. 2019. “Los enfoques culturales en la alimentación de personas mayores rurales. Una necesidad multidimensional para la agenda del cuidado”. *Index de Enfermería* 28, no. 3: 25–129. https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1132-12962019000200007
- Robledo de Dios, Teresa, Almudena Rollán Gordo A, y Isabel Peña Rey. 2023. “Estudio cualitativo sobre las percepciones en alimentación, prácticas alimentarias y hábitos de vida saludables en población adolescente”. *Rev Esp Salud Publica* 97: e202305037. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC10560529/>
- Rodríguez Rodríguez, Pilar. 2021. “Género y envejecimiento en España. Perfiles, datos y reflexiones”. *Papeles de la Fundación Pilares para la Autonomía Personal* 6: 96. https://cendocps.carm.es/documentacion/2021_Genero_envejecimiento.pdf
- Romero Ferreiro, Carmen, Pilar Cancelas Navia, David Lora Pablos, y Agustín Gómez de la Cámara. “Geographical and Temporal Variability of Ultra-Processed Food Consumption in the Spanish Population. Findings from the DRECE Study”. *Nutrients* 14, no.15: 3223. <https://doi.org/10.3390/nu14153223>
- Sabourin, Eric, Catia Grisa, Renato S. Maluf, y Ludivine Eloy. 2022. “Abordagem em termos de sistemas alimentares e território no Brasil”. In *Sistemas alimentares e território no Brasil*, organizado por Catia Grisa, Eric Sabourin, Ludivine Eloy, y Renato S. Maluf. Porto Alegre: Editora da UFRG.
- Sandín Vásquez, María, Jesús Rivera, Paloma Conde, Marta Gutierrez, Julia Díez, Joel Gittelsohn, y Manuel Franco. 2019. “Social Norms Influencing the Local Food Environment as perceived by Residents and Food Traders: The Heart Hoods Project”. *International Journal of Environmental Research and Public Health* 16, no 3: 502. <https://doi.org/10.3390/ijerph16030502>
- Sanmartino, Gloria y Naumann, Sonia Anna. 2022. ““Nosotros somos de harina”: Prácticas y significados alimentarios en la Villa 21-24 de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, en contextos de COVID-19”. *Salud Colectiva* 18: e3730.
- Secretaría de la Mujer. Federación de Pensionistas y Jubilados de CCOO. 2014. *Envejecimiento activo en las mujeres mayores. Informe 2014*. Madrid: Federación de Pensionistas y Jubilados de CCOO. <https://pensionistas.ccoo.es/6c07e7819565f96e0d28e02deba8f220000059.pdf>
- Strauss, Anselm L., y Juliet Corbin. 1990. *Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques*. Newbury Park: Sage.
- Zalega, Tomasz. 2017. “Determinants Underlying the Selection of Certain Food Products in Urban Households of Seniors in Poland”. *Ekonomika i Organizacja Gospodarki Żywnościowej* 119: 165–79.