Opinion publica y alimentos transgenicos. Un analisis sociologico desde la experiencia francesa

Mohamed Merdji, Gervaise Debucquet

▶ **To cite this version:**

Mohamed Merdji, Gervaise Debucquet. Opinion publica y alimentos transgenicos. Un analisis sociologico desde la experiencia francesa. Revista Internacional de Sociología, 2005, (40), pp.249-259. hal-00764232

HAL Id: hal-00764232
https://hal.science/hal-00764232

Submitted on 16 Jun 2014

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

OPINIÓN PÚBLICA Y ALIMENTOS TRANSGÉNICOS
Un análisis sociológico desde la experiencia francesa

MOHAMED MERDJI y GERVAISE DEBUCQUET
L.E.S.M.A., Nantes

PALABRAS CLAVE ADICIONALES
Agricultura, Ecología, Consumo, Alimentos.

ADDITIONAL KEYWORDS
Agriculture, Ecology, Consumption, Foods.

INTRODUCCIÓN

En estos últimos años, las empresas y los poderes públicos franceses han realizado grandes inversiones en el campo de la ingeniería genética, de las que se esperaba obtener numerosas consecuencias para la mejora tanto de los aspectos relativos a la productividad agrícola, como de las cualidades organolépticas, nutricionales y sanitarias de los alimentos. Los datos de la encuesta que hemos llevado a cabo muestran que los consumidores franceses, como la mayor parte de sus homólogos europeos, son mucho más escépticos respecto a este asunto. Hay que decir que los primeros alimentos transgénicos aparecieron en el mercado europeo a mediados de la década de 1990, es decir, cuando la crisis de las vacas locas se encontraba en su punto álgido; periodo caracterizado, asimismo, por una gran confusión a causa de las reservas que, respecto a su inocuidad para la salud y el medioambiente, manifestaron, en el ejercicio de su responsabilidad, un gran número de expertos (Joly *et al.*, 2000; Briand-Bouthiaux, 2001). Los datos que hemos recogido a partir de una encuesta internacional muestran que las dudas parecen extenderse a algunos países en los que los OGM se comercializan desde hace mucho más tiempo, como Estados Unidos[1].

[1] En efecto, los OGM llegaron al mercado de Estados Unidos hace más de diez años (Collectif, 1997-1998). A la vista de la relativa indeferencia suscitada en su momento, parece lícito preguntarse si la evolución de la opinión estadounidense no obedece a un sentimiento de prudencia relacionado con la mediatización de los accidentes imputados a la presencia de alergenos en algunos productos modificados genéticamente.

Revista Internacional de Sociología (RIS)
Tercera Época, N°40, Enero-Abril, 2005, pp. 249-259.

(c) Consejo Superior de Investigaciones Científicas
Licencia Creative Commons 3.0 España (by-nc)
http://revintsociologia.revistas.csic.es

Pero este sentimiento no basta para explicar por sí mismo la distancia que aparece entre los países en los que la estima por la cocina continúa siendo un rasgo dominante de la cultura alimentaria, como Francia, de aquellos otros en los que lo es en mucho menor grado. Tal es el aspecto que se quiere poner de relieve en este trabajo para indicar cómo recibe y "digiere" cada cultura este tipo de innovación.

RESISTENCIA A LA MODERNIDAD ALIMENTARIA

El material que nos ha servido de apoyo procede de las dos fuentes de datos siguientes:

1. Una encuesta internacional, coordinada por Fischler en 2002.[2] Esta encuesta se realizó en dos etapas: tras una primera fase cualitativa que consistió en la organización de dos reuniones de grupos por país,[3] se propuso un cuestionario a una muestra representativa formada por 1.000 consumidores de cada uno de los seis países participantes en el estudio, a saber, Francia, Reino Unido, Estados Unidos, Italia, Alemania y la Suiza de habla francesa.
2. Una encuesta nacional realizada por los autores de este artículo en 2003, siguiendo el mismo principio; es decir, reuniones de grupos seguidas de un cuestionario propuesto a una muestra representativa de 1.000 consumidores franceses. Esta encuesta, dirigida principalmente a estudiar la percepción de las frutas y verduras transgénicas, ha sido financiada de manera conjunta por los representantes profesionales del sector de frutas y verduras y por los Ministerios de Agricultura y de Investigación franceses, en el marco del programa AQS (*Aliment Qualité Sécurité*).[4]

La encuesta internacional ha permitido apreciar la amplitud del sentimiento de desconfianza de los consumidores respecto a los OGM. Se constata, en efecto, que el total de respuestas negativas a la pregunta "*¿Es usted favorable a los OGM en la alimentación?*" es muy elevado en todas partes, ya que, como puede comprobarse acumulando las puntuaciones de las categorías "*más bien en desacuerdo*" y "*en total desacuerdo*", sobrepasa el umbral del 70% en los seis países involucrados en el estudio.

---

[2] Esta encuesta, que forma parte de un programa de investigación denominado "*Alimentation, Corps et Santé: une approche transculturelle*" ("La Alimentación, el Cuerpo y la Salud: un enfoque transcultural"), ha sido financiada por el OCHA (*Observatoire CIDIL des Habitudes Alimentaires*). Las conclusiones se presentaron durante el coloquio celebrado en París el 25 de septiembre de 2002.

[3] En cada país, teniendo en cuenta su edad, sexo y perfil sociológico, se seleccionaron dos grupos de 12 personas.

[4] Esta investigación se ha podido realizar gracias al apoyo de la *Office National Interprofessionnel des Fruits et Légumes et de l'Horticulture*, del *CentreTechnique Interprofessionnel des Fruits et Légumes* y de la *Agence Pour la Recherche et l'Information en Fruits et Légumes*, y a la contribución de nuestro colega Jean-Louis Lambert, profesor en la ENITIAA de Nantes.

(c) Consejo Superior de Investigaciones Científicas http://revintsociologia.revistas.csic.es
Licencia Creative Commons 3.0 España (by-nc)

Tabla 1.
La percepción de los OGM en la alimentación (%)

	Suiza de habla francesa	Alemania	Francia	Italia	Reino Unido	EE.UU.	Total
En total desacuerdo	67,9	67,7	65,2	63,3	30,8	21,5	49,6
Más bien en desacuerdo	20,3	20,4	21,5	20,6	46,9	51,6	32,3
Subtotal	**88,2**	**88,1**	**86,7**	**83,9**	**77,7**	**73,1**	**81,9**
Más bien de acuerdo	7,9	8,8	6,5	10,3	18,7	21,3	13,1
Totalmente de acuerdo	2,9	2,7	5,4	2,8	1,8	2,5	2,9
Subtotal	**10,8**	**11,5**	**11,9**	**13,1**	**20,5**	**23,8**	**16**
No sabe	1	0,4	1,4	3	1,8	3,1	2,1
Total	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**

(n = 1.000 en cada país)
Fuente: Shields, C., y E. Masson, en Actas del coloquio "Alimentation, Corps et Santé", París, 2002.

Estas cifras, sin embargo, no deben enmascarar las diferencias que aparecen cuando se las observa con más atención. En efecto, si se atiende a la estructura de las respuestas, veremos que las puntuaciones de la categoría "*en total desacuerdo*" ponen de relieve igualmente una diferencia muy importante entre la actitud de los consumidores de los países más permeables a este tipo de innovaciones, como Gran Bretaña (30,8%) y Estados Unidos (21,5%), y el resto; Suiza encabeza, con un 67,9%, la lista de los países más refractarios a los OGM, seguida de cerca, en orden descendente de porcentajes, por Alemania (67,7%), Francia (65,2%) e Italia (63,3%).[5]

Tal como ha demostrado Boudan (2004), la historia de la industrialización de las prácticas culinarias es lo que permite explicar por qué los países anglosajones, como Gran Bretaña y Estados Unidos, son más abiertos a este tipo de innovación que los del otro grupo.[6] En efecto, esta industrialización empezó en Inglaterra en el S. XVIII, para desarrollarse luego a gran escala en Estados Unidos, y supuso un declive de la cocina y el desarrollo precoz de lo que el autor denomina la "comida lista para comer". Así pues, debido al hecho de haber entrado mucho antes en la modernidad alimentaria, estos países tienen una mayor tolerancia hacia la novedad. Boudan (2004), al señalar el papel desempeñado por el protestantismo en la difusión de una ética basada en la responsabilidad individual y la libre elección, insiste

[5] Estos datos confirman los del Eurobarómetro (véase Magnusson & Koivisto Hursti, 2002) y los de otros estudios más específicos como, particularmente, el de Bredahl (1999).

[6] Para relativizar el análisis hay que tener en cuenta, asimismo, que Alemania, debido al papel que desempeña en este país el movimiento ecologista, ocupa un lugar un tanto separado en este segundo grupo.

(c) Consejo Superior de Investigaciones Científicas http://revintsociologia.revistas.csic.es
Licencia Creative Commons 3.0 España (by-nc)

también en la importancia de los impulsos sicológicos que han permitido enraizar a esta nueva cultura. En relación con nuestros objetivos, es suficiente con señalar que, a causa de la obsesión que dedica al control del yo —de sus emociones y de sus apetitos—, la ética alimentaria que se deriva está mucho menos dirigida hacia la sociabilidad, una cualidad central en la cultura de los países del otro grupo.

Gracias a los datos cualitativos de la encuesta internacional se puede poner de manifiesto la existencia de lo que podríamos llamar, por referencia a estos valores y al concepto de "tipo ideal" de Weber, un modelo "anglosajón" y un modelo "latino" de cocina. Esta hipótesis, que ha surgido durante los debates de grupo, se ha podido verificar a gran escala gracias a la inclusión de una pregunta abierta en el cuestionario, donde se proponía que cada una de las personas que lo recibían dijeran qué tipo de cocina le gustaba hacer.[7] Con ayuda de un software de análisis textual, las respuestas, recogidas íntegramente, han permitido comparar el léxico propio del universo culinario de cada país. Las diferencias que aparecen entre los dos modelos caracterizados anteriormente quedan reflejadas en la comparación de los léxicos francés y estadounidense.[8]

Tabla 2.
El léxico francés de la cocina

Categorías	Peso de cada categoría (% del total de palabras citadas)	Vocabulario específico
Categoría nº 1 Una cocina que une (a los demás, a la naturaleza)	36,0 %	Comprado fresco, producto (del) campo, (del) huerto, (del) mercado, (del) pequeño agricultor, receta, hecho por mí mismo, granjero, natural, biológico, (sin) química.
Categoría nº 2 Una cocina con raíces: la tradición, la familia, el gusto	33,0 %	Cocina tradicional, francesa, familiar, casa, terruño, regional, Bretaña, amigos, recetas antiguas, gusto, tiempo (para) preparar (para) guisar, *(Bœuf) Bourguignon, Blanquette*, Caldo.
Categoría nº 3 Estructura y composición de la comida	19,5 %	Entrada, plato, postre, carne, queso, ensalada, aceite, verdura, pescado, arroz, salsa, pizza, leche, gratinado, pasta, tomate.
Categoría nº 4 El equilibrio y la salud	11,5 %	Equilibrado, variado, sano, mediterráneo, glúcido, azúcar, lípido, proteína, *crudités*, frutas, (sin) grasa.

(n =1.000)

Fuente: Elaboración propia

[7] La redacción exacta de la pregunta, traducida a los seis idiomas del cuestionario, es la siguiente: "*¿qué tipo de cocina le gusta hacer?*".

[8] Las categorías que figuran en estos dos cuadros las ha establecido, según un modelo totalmente automático, el software Alceste; estas clases derivan del cálculo de concurrencias de las palabras del léxico y de una clasificación jerárquica descendente (Reinert, 2002).

(c) Consejo Superior de Investigaciones Científicas http://revintsociologia.revistas.csic.es
Licencia Creative Commons 3.0 España (by-nc)

Estos cuadros ponen de manifiesto el contraste que hay entre una cocina estadounidense moderna, mestiza y completamente volcada hacia la preocupación del control —del tiempo y del cuerpo—, y una cocina más enraizada y más tradicional. Lo que el léxico estadounidense confirma, en efecto, es que, en este país, la cocina no se considera una actividad culturalmente específica, sino, tal como lo había señalado ya Fichler (2001), como una práctica que no tiene una condición particular en el contexto social. La imagen que nos da de la cocina francesa, por el contrario, es la de una actividad muy socializada, ritualizada y enmarcada en unas normas (las tres comidas diarias, compuestas de una entrada, un plato principal y un postre) y con el acento puesto en el tiempo de preparación, (el tiempo para comer, la reunión alrededor de la mesa, etc). La observación de las prácticas alimentarias indica que esta imagen de la cocina traduce efectivamente la realidad de lo que la cocina es para una parte importante de la población francesa, pero que, a causa de las limitaciones que impone la vida moderna a los demás, corresponde igualmente a un ideal fuertemente afianzado que, en la realidad, sólo se lleva a cabo cuando coincide con el tiempo de ocio.[9]

Tabla 3.
El léxico estadounidense de la cocina

Categorías	Peso de cada categoría (% del total de palabras citadas)	Vocabulario específico
Categoría nº 1 Los componentes y las técnicas de cocción	45,9 %	Plancha, horno, freír, hervir, procesado, microondas, barbacoa, cazuela, tarta, pastel, chocolate, carne, especies, manzana, crema, helado, salsa, vapor, vegetales, buey, bistec, plato, arroz, sopa, pescado, remover, alubias, cerdo, ensalada, brócoli, ingredientes.
Categoría nº 2 La rapidez y sencillez	25,9 %	Fácil (de) preparar, (de) hacer, (de) cocinar; llevar, comprar, rápido, sencillo, comida rápida, hamburguesa, perrito caliente, sándwiches, congelar.
Categoría nº 3 El equilibrio y la salud	19,3 %	Equilibrado, dieta, proteína, cereales, hidratos de carbono, ligero, (sin) grasa, colesterol, (sin) calorías, (sin) azúcar, salud, variado.
Categoría nº 4 El mestizaje culinario	8,9 %	Pasta, lasaña, pizza, espagueti, india, china, mexicana, francesa.

(n=1.000)
Fuente: Elaboración propia

[9] Para mayores precisiones, puede acudirse a la encuesta realizada por Jean-Pierre Poulain (2002) sobre las prácticas alimentarias de los franceses.

(c) Consejo Superior de Investigaciones Científicas http://revintsociologia.revistas.csic.es
Licencia Creative Commons 3.0 España (by-nc)

El ideal aquí expresado es el del vínculo y la estima en todas sus formas: con el pasado (los platos y las recetas de toda la vida), con la naturaleza (los productos frescos, los productos biológicos, el terruño, el huerto, el campo), con los seres más cercanos (los amigos, la familia) y con todo lo que recuerde la sociabilidad tradicional (el mercado, el granjero, el pequeño agricultor, etc.).

Esta oposición entre la cocina del vínculo y la cocina del cuerpo se vuelve a encontrar en la homología, casi perfecta, que se observa entre los léxicos estadounidense y británico, que se diferencian únicamente en el peso relativo de las dos primeras categorías: en el caso de los británicos, las categorías "Los componentes y las técnicas de cocción" y "La rapidez y sencillez" representan, respectivamente, el 36% y el 21% del peso total de las categorías. Así pues, lo que resulta sorprendente es hasta qué punto el léxico anglosajón se centra en los aspectos puramente funcionales de la alimentación y están ausentes, en cambio, las referencias a cualquiera de las dimensiones que caracterizan lo que denominamos, por contraste, el "modelo latino" de cocina. En el léxico de italianos y suizos encontramos estas dimensiones prácticamente dentro del mismo rango: el peso de las categorías "*la unión a los demás y a la naturaleza*" y "*la tradición, la familia y el gusto*" representan, respectivamente, el 38% y 40%, en el caso de los italianos, y el 17% y 29%, en el de los suizos.[10] Tal como veremos en la encuesta nacional, este punto es el que hay que tener en cuenta para comprender a qué tipo de obstáculos se enfrentan los OGM y, de un modo más general, por qué hay unas innovaciones que se aceptan y otras que no se aceptan.

LOS FRANCESES ANTE LOS OGM

Tal como se ha indicado anteriormente, esta segunda encuesta trata de la percepción que tienen los franceses de las frutas y verduras transgénicas. Señalemos, de entrada, que la tasa de rechazo (80%) que hemos medido con esta encuesta se encuentra, aunque el campo de aplicación sea más específico, muy cerca del observado en la encuesta internacional. Se constata, asimismo, que la única variable que permite distinguir a los partidarios de los detractores es la estima por la cocina, ya que los análisis han demostrado la poca influencia en este terreno de las variables sociodemográficas habituales como la edad, el sexo o el origen social o profesional.[11] Esta encuesta confirma, por consiguiente, que la variable cultural es la única que puede explicar la diferencia de actitud que se observa entre los partidarios de los OGM (alrededor del 20% de la muestra) y los contrarios (la gran

[10] Por las razones expuestas en la nota 7, no nos ha parecido conveniente comentar los datos recogidos en Alemania.

[11] Esta conclusión coincide con los resultados obtenidos por trabajos dedicados al mismo asunto en otros campos (véase Magnusson y Koivisto Hursti, 2002).

(c) Consejo Superior de Investigaciones Científicas http://revintsociologia.revistas.csic.es
Licencia Creative Commons 3.0 España (by-nc)

mayoría de franceses). El otro punto que merece subrayarse es que la actitud más positiva de los partidarios no parece obedecer a ninguna expectativa concreta, y que refleja, más bien, un cierta forma de inclinación y de actitud benevolente respecto a la ciencia en general, en la que los OGM no serían más que una consecuencia más del progreso.[12] La tabla 4 contiene los resultados de las evaluaciones realizadas sobre las ventajas asociadas de forma habitual a los OGM, teniendo en cuenta las posibilidades actuales de aplicación de la ingeniería genética al sector de frutas y verduras. Como puede deducirse de la lectura de este cuadro, el interés que expresan los consumidores franceses por las aplicaciones de la ingeniería genética es relativamente bajo, tanto por lo que se refiere a la mejora de las cualidades organolépticas (el argumento comercial utilizado con más frecuencia) como de la salud, gracias a la incorporación de nuevas funcionalidades a los productos, tales como el aumento del contenido en vitaminas o en antioxidantes, por ejemplo. La única excepción notable, tal como lo han confirmado otros estudios (Alessandrin *et al.*, 2000), es la disminución de pesticidas. La ventaja de consumir frutas y verduras naturales se percibe, pues, como algo superior en todos los casos y, hecho muy interesante que hay que destacar, tanto por los partidarios como por los detractores. Puede constatarse, en efecto, que aunque los partidarios tienden a menudo a mostrar claramente su menor estima por la cocina y su confianza en el progreso, ello no les impide compartir las mismas creencias que los demás en cuanto a las virtudes de los productos naturales.

Tabla 4.
Grado del interés expresado hacia las aplicaciones de la ingeniería genética en el sector de frutas y verduras (%)

	Mejor conservados	Mejor aspecto	Más gusto	Cualidades dietéticas	Reducción de los residuos químicos	Aumento del contenido en vitaminas	Disponibles durante todo el año	Reducción de precios
Ninguno	26,9	32,4	33,8	31,5	20,5	30,6	36,7	27,4
No demasiado	23,3	26,0	25,9	26,1	23,2	26,4	22,1	23,4
Subtotal	**50,2**	**58,4**	**59,8**	**57,6**	**43,7**	**57,0**	**58,8**	**50,8**
Algún	30,0	24,7	19,1	23,8	27,7	22,3	22,6	29,0
Mucho	15,2	14,1	15,7	12,0	20,0	15,5	15,2	15,5
Subtotal	**45,2**	**38,9**	**34,8**	**35,9**	**47,7**	**37,7**	**37,8**	**44,5**
No sabe	4,6	2,8	5,4	6,6	8,6	5,3	3,4	4,7
Total	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**	**100**

(n = 1.000 personas consultadas, en el territorio metropolitano de Francia, en febrero de 2003)
Fuente: Elaboración propia

[12] Este punto ha sido confirmado con creces por las entrevistas de grupo. En efecto, hemos podido comprobar muy a menudo que, antes de que se les leyera la lista, los partidarios eran incapaces de decir qué beneficios esperaban de las frutas y verduras transgénicas.

(c) Consejo Superior de Investigaciones Científicas http://revintsociologia.revistas.csic.es
Licencia Creative Commons 3.0 España (by-nc)

Los datos cualitativos de la encuesta muestran que lo que los partidarios consideran como favorable al progreso, a condición de que no presente amenazas importantes, se percibe por los que se oponen como una verdadera violencia perpetrada contra la naturaleza. La ingeniería genética puede, realmente, modificar cualquier especie viva a partir de un material genético procedente de otra especie perteneciente a otro reino; como ponen de relieve las numerosas referencias a la figura del aprendiz de brujo, es el hecho de no respetar las barreras entre los géneros y las especies lo que se percibe como una intrusión intolerable y peligrosa en el orden de los seres vivos.[13]

El tratamiento de las respuestas a las dos preguntas abiertas del cuestionario, como puede deducirse de la lectura del cuadro que figura a continuación, indica que esta dimensión, junto a todas las que ya se han mencionado, vuelve a ponerse de manifiesto. La redacción de la primera pregunta era la siguiente: "*si le hablo de frutas y verduras naturales, ¿cuáles son las cinco primeras palabras que acuden, de forma espontánea, a su mente?*", y el de la segunda, de manera simétrica: "*si le hablo de frutas y verduras transgénicas, ¿cuáles son las cinco primeras palabras que acuden, de forma espontánea, a su mente?*".[14]

Tabla 5.
Los universos de las representaciones de frutas y verduras naturales

Categorías	Peso de cada categoría (% del total de palabras citadas)	Vocabulario específico
Categoría 1 Las imágenes de lo que "es bueno" y de lo "sano"	48,4 %	Bueno, fresco, salud, sano, vitamina, vitalidad, jugoso, color, olor, sabroso, gustoso, agradable.
Categoría 2 Las imágenes de la naturaleza	24,5 %	Tierra, aire, lluvia, sol, natural, sin abonos, sin pesticida.
Categoría 3 Les imágenes del vínculo	19,4 %	Campo, huerto, hortelano, vergel, agricultor, de toda la vida, tradición, mercado, producto biológico, terruño
Categoría 4 Las frutas y verduras preferidas	7,7 %	Naranja, plátano, zanahoria, fresa, manzana.

(n =1.000)
Fuente: Elaboración propia

[13] En este sentido, el título del libro anti-OGM de Apoteker (1999) (el biólogo de Greenpeace), «*Du poisson dans les fraises*» («*Pescado en las fresas*»), es de una claridad meridiana.

[14] El corpus constituido por las respuestas a estas dos preguntas se ha tratado con el software Alceste, siguiendo los mismos criterios mencionados anteriormente.

(c) Consejo Superior de Investigaciones Científicas http://revintsociologia.revistas.csic.es
Licencia Creative Commons 3.0 España (by-nc)

Tabla 6.
Los universos de las representaciones de frutas y verduras transgénicas

Categorías	Peso de cada categoría (% del total de palabras citadas)	Vocabulario específico
Categoría 1 Las imágenes de lo que "no es bueno" y de lo "malsano"	36,6 %	Malo, malsano, tóxico, laboratorio, veneno, artificial, químico, pesticidas, abonos, tratamientos, alterado, no natural.
Categoría 2 Una imagen desengañada del progreso	36,1 %	Desconocido, industria, (mala) información, incertidumbre, duda, temor, miedo, José Bové, mundialización, estadounidense, investigación, ciencia, dinero, laboratorio, beneficio.
Categoría 3 Los atributos de los OGM	15,3 %	Aspecto (sospechoso), sin sabor, soso, grueso.
Categoría 4 La trasgresión de las leyes de la naturaleza	11,9 %	Contra natura, manipulado, extraño, transformado, clonación.

(n=1.000)
Fuente: Elaboración propia

Basta repasar el léxico de estos dos cuadros para darse cuenta de que las representaciones asociadas a las frutas y a las verduras naturales cubren, haciendo un recapitulación, todas las dimensiones citadas con anterioridad, y que la imagen que tienen la mayoría de los franceses de los OGM, es la imagen invertida de la anterior.

BIODIVERSIDAD BIOLÓGICA Y DIVERSIDAD CULTURAL

Siguiendo las palabras de Larrère (1997), en nuestro gusto por la diversidad hay una cierta reminiscencia del principio que está en la base de nuestra propia condición: la singularidad. Hemos de estar de acuerdo en que es muy difícil imaginar cómo se puede preservar la biodiversidad sin cultivar la diversidad de las prácticas sociales y de las culturas de cada lugar. De ahí surge la amalgama que se produce en el cuadro de las evocaciones suscitadas por las frutas y verduras transgénicas, entre la ciencia y el beneficio, la estandarización de los sistemas de producción y la mundialización de los intercambios de mercancías. Los puntos de referencia que la ingeniería genética amenaza desplazar, rompiendo la correa

(c) Consejo Superior de Investigaciones Científicas http://revintsociologia.revistas.csic.es
Licencia Creative Commons 3.0 España (by-nc)

de transmisión del patrimonio alimentario, son, pues, los que intervienen en la formación de la identidad. En efecto, lo que los consumidores y los militantes anti-OGM, como José Bové (2000), temen perder a través de la uniformización del gusto es, al mismo tiempo que su autonomía alimentaria, su identidad. A este respecto, es necesario recordar que los OGM son puros productos de laboratorio, y puesto que, en calidad de tales, no están ligados a ninguna tierra, la percepción que se tiene de ellos es la de unos productos apátridas, o, por retomar la expresión de Fichler (1990), la de unos perfectos OCNI (Objetos Comestibles No Identificados). Vemos la relación que se puede establecer, a partir de todo esto, entre el discurso anti-mundialización, la oposición a los OGM y la renacida pasión de los franceses por el terruño. Porque lo que la referencia al imperialismo estadounidense desvela, en cierta manera, es la estima a una forma de nacionalismo alimentario de la que el terruño se ha convertido en estandarte.

BIBLIOGRAFÍA

ALESSANDRIN, A., L. BRUNET, B. BRUNETIÈRE, X. FAURE, M. LEUSIE y M. SYLVANDER (2000), *Une approche raisonnée des risques technologiques alimentaires: apprentissage et communication, le cas des OGM*, Rapport Inra-Urequa, Crisalide.

APOTEKER, A. (1999), *Du poisson dans les fraises*, éd. La Découverte, París.

BREDAHL, L. (1999), "Consumers' cognitions with regard to genetically modified foods: results from a qualitative study in four countries", *Appetite*, Vol. 33.

BRIAND-BOUTHIAUX, A. (2001), *OGM, brevets pour l'inconnu*, éd Faton, París.

BOVÉ, J. y F. DUFOUR (2000), *Le monde n'est pas une marchandise*, éd. La Découverte, París.

BOUDAN, C. (2004), *Géopolitique du goût. La guerre culinaire*, PUF, París.

COLLECTIF. (1997-1998.), *Rapport N° 545 du sénat sur les OGM* (Synthèse des débats de la commission des choix scientifiques), París.

FISCHLER, C. (1990), *L'homnivore*, Odile Jacob, éd.

JOLY, P.B. *et al. (2000), L'innovation controversée: le débat public sur les OGM en France*, rapport INRA Grenoble/Cride.

LARRÈRE, C. y R. LARRÈRE (1997), *Du bon usage de la nature, pour une philosophie de l'environnment*, Aubier, Paris.

MAGNUSSON, M.K. y U.K. KOIVISTO HURSTI (2002), "Consumer attitudes towards genetically modified foods", *Appetite*, Vol. 39.

(c) Consejo Superior de Investigaciones Científicas http://revintsociologia.revistas.csic.es
Licencia Creative Commons 3.0 España (by-nc)

MERDJI, M. y G. DEBUCQUET (A paraître en 2004), *Manger la nature: le bon et le sain*, en C. Fischler (edit.), "Alimentation, corps et santé: une approche transculturelle", Odile Jacob, París.

POULAIN, J.P. (2002), *Manger aujourd'hui; attitudes, normes, pratiques*, Ed. Privat, París.

REINERT, M. (2002), *Les "mondes lexicaux" et leur "logique" à travers l'analyse statistique de divers corpus.* Contribución presentada en el JADT 2002 – Sextas jornadas internacionales de Análisis estadístico de Datos Textuales.

(c) Consejo Superior de Investigaciones Científicas
Licencia Creative Commons 3.0 España (by-nc)
http://revintsociologia.revistas.csic.es