

EL CONSUMO ALIMENTARIO EN LA CIUDAD DE CARACAS (VENEZUELA) DURANTE EL SIGLO XX: DEL ALIMENTO A LA BOCA DEL CONSUMIDOR

José Daniel Anido Rivas

María Liliana Quintero Rizzuto

anidoriv@ula.ve; marliqr@ula.ve

Mesa 1: Consumo alimentario y cambio social

I Congreso Español de Sociología de la Alimentación, Gijón (La Laboral),

28-29 de mayo de 2009

Resumen

La transición de la Venezuela rural a la urbana a inicios del siglo XX se tradujo también en importantes cambios relacionados con el estilo de vida, innovaciones en la transformación de alimentos, las unidades tradicionales de expendio al detal y servicios ofrecidos, así como el ritual mismo del consumo alimentario vinculado con la capacidad de compra, hábitos y lugar de restauración. En este escenario, a partir de fuentes secundarias, el presente trabajo describe y explica sucintamente los principales cambios alimentarios ocurridos en la ciudad de Caracas (Venezuela) durante el siglo XX, bajo la premisa de que esta ciudad constituyó el centro difusor de tales cambios hacia el resto del país. Estas transformaciones fueron estudiadas considerando tres grandes momentos del “acto” de alimentación: adquisición, preparación e ingesta de alimentos. Con este propósito se caracterizó la evolución de los expendios alimentarios desde comienzos del siglo XX hasta el presente. Luego se consideraron tres puntos clave en relación con la preparación de alimentos: agentes culinarios, transferencia del saber culinario y tecnología de cocción y conservación de alimentos. Finalmente, se caracterizaron algunos escenarios de consumo alimentario en la ciudad de Caracas, destacando algunas tendencias referidas como la terciarización agroalimentaria, el aumento de la oferta de alimentos semi-preparados y elaborados e incremento del consumo de alimentos fuera del hogar, incluyendo las comidas rápidas.

Palabras clave: consumo alimentario, cambios alimentarios, compra de alimentos, transformación agroindustrial, tecnología culinaria, Caracas, Venezuela

1. INTRODUCCIÓN

En Caracas una serie de hitos fueron moldeando a lo largo del siglo XX la realidad alimentaria venezolana, en función de la dinámica histórica y socioeconómica del país, en particular la transición de una economía agrícola a una petrolera y el vertiginoso proceso de

urbanización. En menos de un siglo el expendio al detal se sustituyó por grandes cadenas de supermercados e hipermercados, con mayor variedad de alimentos frescos, industriales y productos diversos bajo nuevas técnicas de mercadeo. Se transformaron igualmente los agentes culinarios, la tecnología de cocción y refrigeración y la preparación de alimentos, los escenarios y hábitos alimentarios (del venezolano en general y del caraqueño en particular).

El presente trabajo tiene como objetivo describir y explicar sucintamente los principales cambios alimentarios ocurridos en Caracas durante el siglo XX, bajo la premisa de que esta ciudad constituye el centro difusor de estos cambios hacia el resto del país (Popic, 1998), no obstante las diferencias regionales explican la heterogeneidad de la conducta alimentaria. Tales cambios fueron analizados considerando tres momentos: adquisición, preparación y consumo de alimentos, desde los postulados de la economía agroalimentaria y la sociología del consumo.

2. ASPECTOS TEÓRICO-METODOLÓGICOS

Desde la sociología, el fenómeno alimentario puede abordarse desde dos perspectivas: 1) la *sociología del consumo alimentario*, con énfasis en demanda, según la cual los cambios en comportamientos alimentarios se vinculan a cuestiones como procesos de individualización, sociedad del riesgo, procesos identitarios, estilos de vida, entre otras; y, 2) una corriente basada en la *sociología de la agricultura y la economía agroalimentaria*, con énfasis en la oferta y el sistema agroalimentario, con creciente interés hacia redes y actores; según ésta los cambios vienen con las modificaciones del sistema agroalimentario (Díaz y Gómez, 2004). Adicionalmente, del lado de la demanda las decisiones de consumo están condicionadas por relaciones de espacio-tiempo (tiempo disponible, horarios de trabajo, niveles de urbanización, etc.); por la oferta-demanda alimentaria al nivel de supermercados, boutiques especializadas, productos de estación y modelos de consumo de masas de productos y servicios (Padilla, en Molina, 1995). Recientemente se incorpora una significación social orientada a comprender un comportamiento humano que trasciende lo nutricional y económico, hacia aspectos motivacionales y variables de tipo social, que puedan explicar la permanencia y los cambios de este comportamiento (Díaz y Gómez, 2004). Nuevas corrientes descartan la idea de que exista, por un lado un consumidor linealizado, autómatas y dominados; y por el otro, un consumidor racional puro, egoísta, motivado sólo por la maximización de sus preferencias individuales. En su lugar se acepta la existencia de un consumidor socializado, no robotizado, que elige en espacios de decisión limitados, con una mezcla realista de manipulación y libertad de compra, de impulso y reflexión, de comportamientos condicionados y uso social

de los símbolos de la sociedad de consumo. También señalan la transformación del consumidor tradicional, atribuyendo sus comportamientos a macro tendencias sociales, relacionadas con seguridad, simplificación, conocimiento, personalización y placer (Alonso, 2002).

Frente al alimento, el individuo es una unidad económica de decisión al comprarlo y su comportamiento -en términos de elección, preferencia y elección- está influenciado por su capacidad de compra, hábitos y cultura alimentaria (Malassis y Ghersi, 1992). Ésta es dinámica en las sociedades: se modifica por fluctuaciones económicas, publicidad, estilos de vida, oferta disponible, capacidad individual y familiar de compra, etc. Es el resultado de los gustos y preferencias, del placer y la herencia social transmitida a través de hábitos alimentarios (Molina, 1995). No obstante, los cambios se producen a largo plazo y en ese proceso hay aspectos que permanecen (Elías, 1993).

De otro lado, la transformación de los alimentos en la modernización de las sociedades además de añadir mayor valor pretende establecer canales y circuitos comerciales directos y mejorar la calidad, adecuando los suministros y su presentación/características a las exigencias de la demanda (MAPA, 1989). Es lo que ha llevado a que las empresas desarrollen tecnologías, procedimientos y prácticas orientadas a producir y comercializar alimentos preparados, congelados, destinados a mercados nacionales e internacionales, cuidando aspectos como calidad, eficiencia, servicio y rentabilidad (Congelagro, 2004).

En Venezuela, con el desarrollo de la actividad petrolera y el acelerado proceso de urbanización, la mujer se convirtió en la gran protagonista social, al disminuir su presencia en los quehaceres domésticos y aumentarla en fábricas y talleres (Lovera, 2000). Hasta entonces había sido marginada o limitada su actuación en los campos laboral, educativo y hasta político. Surgieron nuevas actividades y tareas, producto de las interacciones sociales requeridas para intentar satisfacer las necesidades de una sociedad urbana en pleno crecimiento: actividades secretariales, cargos directivos o de gerencia, sistema educativo, enseñanza e incluso actividades investigativas (Cartay, 2004). Además, con mejores conocimientos nutricionales y en buen estado de salud, puede contribuir de manera más eficaz al desarrollo económico, es activa en todos los eslabones de la cadena y frecuentemente responsable de la integridad y seguridad de los alimentos (FAO, 2004). No sólo ha llegado a ser en muchos casos la principal aportadora de ingresos, sino responsable de decisiones de compra, restauración dentro y fuera del hogar y definición de la dieta (Cartay, 2004). Esto perfila su papel predominante en los cambios de preferencias y hábitos de consumo ocurridos en Venezuela a lo largo del siglo XX.

En esta investigación se emplean fuentes hemerográficas y bibliográficas para describir y explicar sucintamente los principales cambios alimentarios ocurridos en la ciudad de Caracas durante el siglo XX. Recoge elementos del pragmatismo filosófico (James, 1984) y de la filosofía humanista (Vázquez, 1994).

3. ADQUISICIÓN DE ALIMENTOS

3.1. Los pequeños expendios al detal

A inicios del siglo XX las pulperías estaban instaladas generalmente en viviendas de amplios corredores exteriores y en locales esquineros con tres puertas y expendían: maíz pilado y en concha, arroz, harina de trigo y de maíz Cariaco, caraotas negras, arvejas, café tostado y sin tostar, funche, harina, sal en grano, onoto, queso blanco y amarillo, jamón ahumado, entre otros. Parte de estas existencias eran surtidas desde Petare y otras zona aledañas. Además vendían algunos productos importados: aceite de oliva, sardinas españolas, mantequilla danesa, guisantes, café tostado de Cataluña, alcaparras, aceitunas, manteca “Los tres cochinitos” de EE.UU. (...) dulces criollos, carato de masa y Kola Zeta -a temperatura ambiente, pues aún no existían neveras- (Cortina, 1976).

Tales establecimientos destacaban por la cálida relación entre pulpero y clientes y ciertas costumbres al despachar algunos artículos: alcaparras y aceitunas se vendían en conos de papel sulfito (papel para envolver pan y dulces), impermeabilizados con manteca, similar con el papelón. Como estrategia de venta/promoción otorgaban vales de colores, con el nombre de la pulpería y a veces un dibujo, utilizado por muchachas de servicio para luego comprar allí mismo o recibir efectivo. Los muchachos pedían la “ñapa de San Simón y Judas” (trozo de queso y papelón) (Cortina, 1976).

3.2. El Mercado Principal de San Jacinto

En 1896 se construyó el Mercado Principal de Caracas, que abría de 4:00 a.m. a 3:00 p.m. En las postrimerías del siglo XIX era ya el sitio más concurrido y populoso de la ciudad y fuente segura para abastecerse de productos consumidos a diario. Éstos provenían de haciendas, huertos y conucos cercanos, que producían café, caña de azúcar, papelón, algunas hortalizas, tubérculos y frutos menores que abastecían la ciudad y que representaban sus proveedores naturales. También, hasta mediados del siglo XX, la mayoría de casas caraqueñas tenían espacios dedicados al cultivo de frutas (naranja, mango, granada, mamón, higo, semeruco, limón, algunas anonáceas, entre otras) y de hortalizas (Ferris, 1986).

De la población de El Valle llegaban frutos menores; aves, miel y leche de La Rinconada; piñas de agua y patatas de El Hatillo; patatas de Cerro Arvelo, Cachimbo, La Julia y Galipán;

y yuca y casabe de sembradíos aledaños; café de las haciendas de Macarao; apio, alcachofa, remolacha, espinacas y hortalizas cultivadas en San Antonio de Los Altos. Llegaban también productos de otros lugares del país: carne salpresa de Barcelona, pescado salado de Oriente, bocadillos y pan del Táchira, huevos chimbos y dulce de hicacos de Maracaibo, “panelas” y queso de Maracay, conservas de Guatire, riñones de Santa Lucía, bizcochos de San Joaquín, maracuyá de La Victoria, nísperos de Macuto, queso de “cincho” llanero y “de mano” tuyero, ostras de Chichiriviche, cacao de Chuao, azúcar de Guarenas y Guatire. Todo estos productos eran vendidos en el mercado, en almacenes o ventas ambulantes (Ferris, 1986).

El mercado estaba distribuido interiormente según provenían los productos: en el piso más alto se vendía pescado fresco, traído diariamente desde La Guaira y mantenido sobre hielo picado; en el suroeste, carne traída diariamente del matadero de Palo Grande y luego de Maracay, mediante el Gran Ferrocarril de Venezuela. Como no había ni refrigeración, la carne no vendida durante el día era salaba y vendida luego a precios más bajos. Al lado se vendían, vivas o muertas, enteras o en presas, gallinas y otras aves de corral; el departamento central era para verduras, hortalizas, legumbres, frutas, granos y especias y puestos para importadas. Frente a la plaza se vendían refrescos y jugos; en la “playa”, al sur, estaban los carritos de vendedores de helados, chicha de arroz o andina, carato de masa y acupe y ponche de barrilito. Otros puestos vendían granos (maíz en concha o pilado, judías, frijolitos bayos, guaracaros, arvejas, garbanzos y quinchonchos). Había también expendios de repostería criolla, cachapas, bollos y hallacas. Por último, estaban los sótanos del Mercado, almacén de cereales y toda clase de productos (Schael, s.f.). De esta manera, el mercado tenía características de Gran Feria y era el único en la Capital, al que iban especialmente las criadas de confianza para rendir “el diario”. Desde 1920 se denunciaban irregularidades y deficiencias en su funcionamiento, siendo demolido en 1951.

3.3. Los Abastos de “Categoría”

Entre 1900 y 1920 se encontraban, además, los abastos denominados de “Categoría”, que generalmente era para personas pudientes. Destacaban “La Mejor”, “Mi Despensa”, “Confitería de las Familias”, “La Canadiense”, “La Económica”, “La Estrella de España”, “La Surtidora de Benedetti”, que llevaban el nombre de sus propietarios y ofrecían una amplia gama de víveres importados¹.

¹ E.g., avena cacao alemana, queso Roquefort, bombones franceses, turrone Nogal, quesos cremas holandeses, salchichón Lyon, *petit pois* en mantequilla Rodel, surtido de galletas, postres, vinos diversos, aceites (francés, español o italiano), encurtidos y aceitunas, jamón, lenguas de carnero, huevas de bacalao, crema de trigo, queso parmesano, salmón, entre muchos otros (Ferris, 1986). No se dispone de fuentes que refieran lo ocurrido con este estos establecimiento luego de 1910.

En este mismo lapso también se expendían tanto en el Mercado Principal como en las pulperías y casas de víveres, productos alimenticios nacionales manufacturados en su mayoría de elaboración artesanal y familiar. No obstante, en el caso particular de ciertos productos como bebidas gaseosas, se establecieron industrias con procesos fabriles a mayor escala, siendo las marcas más conocidas “Z”, “La Campana”, “Eureka” y “Excelsior”.

El transporte de productos se realizó hasta finales del siglo XIX en bestias de silla y de carga por caminos de herraduras y recuas; si el clima lo permitía, mediante carros de tracción animal. Las carreteras eran escasas, en mayor cuantía en la zona central del país (e.g., el Camino de Los Indios y el de Los Españoles, entre Caracas y La Guaira, que facilitaba el transporte de mercancías provenientes del Puerto de La Guaira. También existía la Carretera del Este, que comunicaba las zonas de Caracas-Petare-Guarenas-Guatire (Cartay, 1988).

La evolución de las pulperías a la moderna distribución ocurrió a través de otras formas minoristas como la *Tienda de Víveres*, el *Expendio de Víveres* y la *Venta de Víveres*, sustituidas primero por la *Casa de Abasto* y luego el *Abasto*. Más adelante, en parte por el proceso migratorio y por las transformaciones urbanas surgirían los supermercados, algunos (con base en la experiencia mercantil y algún grado de acumulación) erigidos luego en cadenas, e.g., Central Madeirense. A finales de la década de 1940 los mercados libres cumplieron también una importante labor en la distribución de alimentos en ciudades como Caracas. En el interior del país la pulpería ofreció mayor resistencia, perviviendo aún en la década de 1940 (en algunas zonas rurales hasta la década de 1960), quedando todavía reminiscencias en remotas localidades del país.

3.4. Las principales panaderías de Caracas

En el período 1900-1935 ciertas panaderías fueron muy afamadas en Caracas (Solís, con su exquisito pan francés; el finísimo pan de Montauban; el de jamón de Las Gradillas o el “pan de Sarría”, aliñado con anís). Algunas (e.g., la de esquina de Las Gradillas), ofrecían además postres y dulces al estilo parisino y productos de importación como vinos y conservas (e.g., las de marca Rodel y encurtidos Morton) (Narváez, 1984). También existían entonces establecimientos de renombre, con marcas registradas, como la *S.A. El Pan Grande* (“un establecimiento público”, registrado en 1926), o *La Francia* (“un establecimiento público de confitería y botillería”, registrado en 1927) (Abreu *et al.*, 2000).

Estos expendios progresivamente se transformaron en cuanto al tipo de productos ofrecidos o su nivel tecnológico. Por ejemplo, la aparición en 1957 de la harina de maíz “La Arepera”, en 1959 de “la Neutral” y en 1960 de la harina “P.A.N.” (Cartay, 1994) fue un hito en la

preparación de arepas y empanadas, clave en la restauración matutina y la alimentación de estratos de menores ingresos.

Las panaderías fueron y siguen siendo en Venezuela importantes locales de restauración fuera del hogar. Además del pan tradicional y variantes más contemporáneas (panes integrales y productos dietéticos del trigo, pastelería y bollería), es lugar común encontrar allí víveres, embutidos, lácteos (leche, yogurt e ingentes variedades de quesos), bebidas gaseosas, etc. Se convirtieron así en pequeños “abastos” o híbridos de restauración-abastecimiento, abiertos casi todo el año.

3.5. La venta ambulante de alimentos

Desde las primeras décadas del siglo XX humildes vendedores cargaban por las vías urbanas cestas o cajones: a pie, a lomo de bestia o en carretillas y carretas. Antaño eran personajes característicos la *mondonguera*, la *dulcera*, el *chichero* (chicha de arroz, cuya fórmula ha permanecido inalterada), el *manicero*, el *repartidor de pan o de leche*, los *fruteros*, los *verduleros*, el *vendedor de miel* y otros pregoneros. Muchas mujeres, provistas de pañuelo en la cabeza y de vistosos delantales de cuadros vivían de la venta de comida en el Mercado de San Jacinto: conservas de coco aturronadas, quemadas, amelcochadas; dulces de durazno, guayaba, lechosa y también arepas y cachapas.

Se contaba también al panadero, responsable de abastecer las casas de familia, bodegas, pulperías, pensiones y hoteles. El reparto lo realizaban a primeras horas de la mañana y en la tarde grandes panaderías caraqueñas (e.g., “Las Gradillas” o la de “Sarría”), mediante repartidores que en asno, mula o como peatones llegaban a las casas con su clásico pregón: *¡Panadero, pan!*, mientras golpeaban la tapa metálica de la cesta con la mercadería. Inmediatamente salía la criada con una cesta pequeña o paño blanco, recibiendo la “cuenta” o “media cuenta”. Al mismo tiempo pasaba recogiendo el “pan frío”, que luego cortaban en rodajas, tostaban y vendían a menor precio (Schael, s.f.).

Igualmente había vendedores de arepas calientes, huevos y pollos, de torta Bejarana o de alfondoque²; los sábados por la tarde, de pirulís³; y los domingos el heladero, con una carretilla y la sorbetera; también se veía el carro rojo de la Cervecería Nacional, cuya campanilla alertaba para comprar el hielo del almuerzo y la comida (Cortina, 1976), o el vendedor de caramelos de palito. A partir de la década de 1940 aparecieron otros nuevos: de perros calientes, de dulces, de arepas, así como los de café e infusiones de hierbas, que aún hoy madrugan para ofrecer su producto a los apurados trabajadores. Aunque a finales del siglo

² Dulce con melaza de papelón (panela del jugo de caña).

³ Pequeños caracolitos de papelón con diferentes sabores: anís, ajonjolí, hierbabuena o malojillo.

XX la venta ambulante había disminuido, ante el persistente fenómeno del desempleo constituye aún una forma de autoempleo ante la carencia de fuentes formales, que más que complemento de sus ingresos deviene en un modo de subsistencia para el individuo y su familia⁴.

3.6. Los abastos y supermercados

El desarrollo de la actividad petrolera durante 1930-1940 desencadenaría progresivamente una serie de transformaciones en la estructura económica y social del país, acelerando el declive de las actividades agroexportadoras. La agricultura se orientaría fundamentalmente hacia el mercado interno y a la industria incipiente, controlada en gran parte por capitales extranjeros. En este escenario se produce progresivamente la transformación de la Venezuela rural en la Venezuela urbana. A Caracas llegaron masivamente familias campesinas buscando mejores condiciones de vida (rebasando la capacidad de absorción de empleo y la infraestructura en general) y migraciones externas, contribuyendo a su expansión demográfica. La industria se insertaba en el ambiente urbano y competía por el uso de recursos cada vez más escasos (casos del agua, electricidad y tierras urbanizadas), acentuándose a partir de la década de 1950.

En el contexto de una naciente industria alimentaria, creciente importación de comestibles y de modelos de organización foránea, surgieron modernos abastos y supermercados. A finales de la década de 1940 se crearon algunas cadenas comerciales, que desplazaron paulatinamente a las pulperías e intentaron sustituir a las bodegas. Este nuevo tipo de establecimiento continuó desarrollándose hasta el presente, hasta llegar a la magnitud y complejidad de las grandes superficies e hipermercados, con horarios de atención cada vez largos e incluso ininterrumpidos. Así el reducido espacio, la apretada disposición de mercancías en estantes y la cálida relación entre pulpero y cliente fueron sustituidos por la mayor amplitud y orden de los supermercados, con mayor variedad de alimentos procesados, frutos y amplio surtido de productos diversos, organizadamente dispuestos en anaqueles por secciones o departamentos según las nuevas técnicas de mercadeo, cuya venta se realiza por el sistema de autoservicio (incluida la promoción *in situ*), con carritos para facilitar la compra (Lovera, 1988).

Venezuela ha seguido así pautas de consumo marcadas por países desarrollados, tendencias aprovechadas para desarrollar su sector productivo e incorporar en la dieta algunos productos

⁴ De acuerdo con Zanoni (en Camel, 2004), la economía informal es una derivación social, sinónimo de desidia, subdesarrollo, y anarquía, acentuada desde 1999. Un estudio piloto del CEDICE realizado en el Boulevard de Sabana Grande (Caracas) señala la existencia de unos 2.300 puestos de vendedores informales, con una fuerte red de poderes, financiamiento y liderazgo (*e.g.*, prestamistas informales, mediante los cuales los comerciantes financian sus necesidades de capital). Es común que en este tipo de trabajadores predominen individuos con escasa calificación educativa, muchas veces extranjeros y hasta indocumentados (Méndez, 2004).

en función del poder adquisitivo. A esto contribuyó la internacionalización de los supermercados e hipermercados que, al establecerse en nuevos mercados, ofrecen a los consumidores novedosos y más variados productos (Rodríguez, 2003). En la década de 1990 se consolidaron grandes cadenas locales, caracterizadas por una estrategia orientada a los segmentos de altos ingresos con productos de mayor calidad y precio, así como a los segmentos populares con productos masivos y menores precios. A esta oferta alimentaria se han incorporado en años recientes otros productos (electrodomésticos, vestido, calzado, medicinas, enseres del hogar, revistas y artículos de tocador, etc.), que ha simplificado el proceso de compra.

4. LA PREPARACIÓN DE ALIMENTOS

4.1. Transformaciones de la oferta-demanda alimentaria

Durante el período 1920-1930 una ola de productos de preparación rápida e instantánea amplió la oferta hasta entonces disponible, en gran medida por la influencia de la colonia norteamericana y vinculada con las actividades de la industria petrolera, con cuyo desarrollo comenzó a llegar una gran variedad de productos hasta entonces desconocidos: *Corn Flakes*, *All Bran*, *Puffed Rice*, *grape nuts*, *cream of wheat*, quesos *Kraft*, leche *Klim*, *evaporated milk*, *Leapton tea*, *Quaker oats*, carnes enlatadas y congeladas, *Coca-Cola*, tocineta americana en lonjas, sopas *Campbells*, entre otros (Abreu *et al.*, 2001).

Entre 1940-1960 destaca el caso de las frutas importadas, más baratas que las criollas o los postres de preparación casi instantánea, que en cierta forma atentaban contra la tradicional dulcería criolla. Este proceso se vio favorecido por el Tratado de Reciprocidad Comercial con EE.UU. (firmado en 1939), que concedía un estatus privilegiado para la importación -entre otros- de alimentos enlatados y refrigerados. Esta importación masiva influyó notablemente en la creación de un patrón interno de consumo al estilo norteamericano, generalizándose a partir de la posguerra (particularmente durante las décadas de 1940 y 1950).

Posteriormente, en las décadas de 1960 y 1970, comenzó a consolidarse en Venezuela el área de procesamiento de alimentos y su distribución masiva. La agroindustria doméstica comenzó a ofrecer una gran variedad de productos elaborados en serie: pastas, bizcochos, quesos, embutidos, conservas, jugos, helados, sopas preparadas, productos condensados, salsas enlatadas, entre otros.

4.2. Los agentes culinarios

A mediados del siglo XX la urbanización contribuyó significativamente al cambio su papel de la mujer como agente culinario (Lovera, 2000), pues tradicionalmente las labores culinarias

eran su responsabilidad. Desde entonces el hombre comparte ese rol, reforzado por la predominancia de familias con ambos progenitores trabajando fuera del hogar, que deben optimizar su escaso tiempo para todas las labores.

En la década de 1980 existía en Caracas alta demanda de servicio doméstico, frente a una oferta decreciente⁵, que propició el arribo -principalmente de Colombia- de mano de obra para labores domésticas, atraída por los salarios. Aunque se mantuvo el acervo culinario criollo, pues generalmente adquirirían sus conocimientos por la vía práctica, la creciente influencia de las criadas en la preparación a través de la difusión de recetarios, manuscritos o impresos con recetas foráneas y el propio acervo de las extranjeras, contribuyeron a que la tradición criolla no mantuviera su primacía en el arte culinario (Lovera, 1988). Actualmente, con la expansión de las cadenas de comida rápida, el requerimiento de cocineros, *chefs* y mesoneros especializados ha mermado en favor de operarios apenas adiestrados, que en jornadas superpuestas manejan paquetes uniformes de alimentos casi preparados y congelados.

4.3. La transferencia del saber culinario

Como otros, ha trascendido entre generaciones mediante la tradición verbal. En la primera mitad del siglo XX tan sólo se encuentran fórmulas sueltas de algunos platos en publicaciones periódicas. Se sabe que en 1943 se editó en Caracas el libro “*Buen Provecho*” (*Caracas Cookery*), compilado por Dorothy Kamen-Kaye y otras damas estadounidenses y auspiciado por *The Caracas Journal*, reeditado en 1944, 1946, 1951, 1961 y 1967. Luego a partir de la década de 1950 la publicación de recetarios cobró auge: “*La cocina de Casilda*” (1953, Graciela Schael Martínez, Editorial Excelsior; o “*El Libro de Tía María*” (1954, María Chapellín, Distribuidora Continental) (Lovera, 1988). Paralelamente se difundieron una serie de recetarios, promovidos por las casas comerciales importadoras y la industria de alimentos, cuyo objetivo era estimular el consumo de los que fabricaban o vendían.

Más tarde, durante la década de 1980, los empresarios venezolanos del *fast food* viajaron al exterior con la finalidad de aprender los detalles del negocio (*e.g.*, en los casos de hamburguesas, recetas, salsas, condimentos y métodos diversos de elaboración habían estado a la disposición de quien se tomara el tiempo y el gasto de adquirir estos conocimientos, siendo característica la uniformidad de las recetas y fórmulas empleadas). De igual forma los medios de comunicación han jugado un papel trascendental en los cambios de hábitos culinarios y alimentarios del venezolano, particularmente la televisión (Sunkel, 2002); no sólo

⁵ Este fenómeno ya existía a finales de la década de 1950, debido a la importante corriente migratoria principalmente Europea, la incorporación de la mujer al sistema educativo y al mercado laboral, la existencia de familias con muchos hijos, entre otras razones.

por la tendencia a incorporar en la programación segmentos relativos a la preparación de platos criollos o internacionales (e.g. “Un Ángel en la Cocina”, en la cadena privada RCTV), sino además a través de la programación cotidiana (preparación o ingesta en escenas de telenovelas) o de los canales especializados en cocina, con la llegada de la televisión por cable (e.g., canal Gourmet).

4.4. La tecnología de cocción y conservación de los alimentos

Aunque los procesos de conservación, transformación y acondicionamiento de alimentos se remontan a la era precolombina: maíz en graneros, tarimas o bajo chozas, transformación de yuca en casabe, secado al sol de tubérculos y salado del pescado (Cartay, 1992), una serie de circunstancias e hitos mejoraron las técnicas de preservación y facilitaron la comercialización de alimentos, e.g., la salazón de la carne, en 1842, para exportarla a La Habana; la refinería de azúcar establecida en 1844 en Maracay; la fundación en 1850 de una fábrica de chocolate con capital suizo; la primera centrífuga de azúcar, en 1859; los “Molinos (de granos) de La Guaira” en 1861; la instalación en Caracas de la primera máquina de moler maíz en 1863 y del primer molino en 1890; y la creación, en 1893, de la “Cervecería Nacional” (Cartay, 1988).

Durante los primeros años del siglo XX no existían las modernas refrigeradoras. Había en su lugar la “maquinita *Artic*” (1913) para fabricar hielo y la lavadora de platos “*kitchenette*” (Cartay y Chuecos, 1994); o *heladeras*, muebles de madera con un depósito para el hielo que enfriaban muy poco y que albergaban agua, frutas, leche y mantequilla, aunque inconvenientes para guardar comida hasta el día siguiente (Cortina, 1976). Luego, en la década de 1920 se ofertaban las marcas *Frigidaire* y *Kelvinator*, vendiéndose la primera en 1924 (Cartay y Chuecos, 1994).

Hasta la tercera década del siglo XX en Caracas se cocinaba regularmente con leña o carbón vegetal; esta tecnología fue desapareciendo progresivamente y fue sustituida por otras fuentes como gas butano, kerosén, gasolina y electricidad. Hacia 1917 comenzaron a llegar las cocinas a kerosén; en la década de 1920, las de gasolina y en la de 1930 las eléctricas y de gas (Cartay y Ablan, 1997). Cambios subsecuentes en las tecnologías de conservación de alimentos incidieron significativamente en los hábitos alimentarios, como por ejemplo el espaciamiento en la frecuencia de compras, que explica en parte el desplazamiento de las compras en bodegas y abastos a las grandes superficies. Además, estas tecnologías permitieron un aumento de la variedad en la oferta alimentaria, al tiempo que fueron apareciendo los congeladores en los hogares. Recientemente, con el crecimiento del mercado

de productos congelados, cadenas de supermercados e hipermercados en Caracas se han abocado a la remodelación y adquisición de equipos para refrigerado y congelado⁶.

Los cambios también trascendieron al espacio físico. El tamaño y distribución de la cocina tradicional comenzó a cambiar de aspecto con el uso de cocinas a gas y eléctrica, calentadores de agua, refrigeradores y gabinetes de cocina, entre otros artilugios en constante innovación (*e.g.*, introducción de cocinas de vitrocerámica o encimeras de granito). Además, porque la “cocina” era ahora el ambiente de tertulia familiar y hasta para atender invitados.

5. ALGUNOS ESCENARIOS DEL CONSUMO DE ALIMENTOS Y CAMBIOS ALIMENTARIOS EN CARACAS

5.1. El qué y el dónde: consumo dentro y fuera del hogar

Entre 1920 y 1960, el consumo de alimentos se hacía fundamentalmente en el hogar. La comida diaria en uno de escasos recursos podía ser un desayuno, que variaba entre funche frito, hallaquita con queso rallado, arepa con mantequilla (ocasiones especiales), plátano con queso rallado o un bollo de pan, acompañado siempre de guarapo. Otros alimentos podrían ser empanadas rellenas, avena con papelón y canela sin leche, “atol” de maicena (almidón de maíz) y harina de maíz tostado con agua. En el almuerzo era común el hervido de res, seguido por un “seco” que podía consistir en carne mechada, arroz y caraotas, o bien pasta con tomate y cebolla. Para la cena se podía comer funche frito con pescado salado o tortitas de harina, acompañados con guarapo (Ferris, 1986).

En las familias con mayores ingresos el menú solía ser más variado. Para el desayuno se preparaban arepas, hallaquitas con queso, empanadas (blancas de queso y oscuras de papelón), arepitas con papelón y anís, pan de trigo, queso frito, guarapo y chocolate. La entrada del almuerzo podía consistir en bollos pelones con guiso de cerdo, patatas, cebollas o pimentones rellenos, croquetas de pescado o timbales rellenos con legumbres; sopa o hervido y aguacate como acompañante, o de caraotas, de apio, de auyama, de remolacha, de jojotos, de quimbombó, de berro, de espinacas; hervido o sopas de leguminosas varias. El plato principal consistía en carne mechada, asado, muchacho relleno, macarrones con pollo, lengua de res guisada, bistec de hígado, salpicón de sesos; y, como postre, una fruta criolla. En la cena se comían variaciones del almuerzo, sopa de fideos o de arroz y frutas en almíbar, buñuelos de yuca y apio, yuca frita con melado, arroz con leche, majarete, tequiche,

⁶ COMERSA y PINOVA son dos de los fabricantes más conocidos de equipos de frío al nivel local; de las marcas importadas resaltan *Tyler*, *Linde* y *Hussman*, provenientes de Europa y EE.UU., así como la reciente incorporación de las provenientes de China (particularmente en dispensadores de agua).

juansabroso, camburitos titiaros en mantequilla cubiertos con granitos de azúcar, torta de pan y de queso, como postre. En las comidas de gala había notable influencia de la comida francesa (e.g., *tartalettes de petit pois* con cerdo, *quenelle*, pastel de polvorosa, gallina endiablada, sopa de ostiones, enlatados marca Rodel, entre otras exquisiteces (Ferris, 1986).

Con semejantes platos era poco frecuente comer fuera del hogar. A principios de siglo eran escasos los restaurantes de comida internacional; solían servir desayunos, almuerzos y cenas (e.g., los del Gran Hotel, del Gran Hotel Klindt, del Gran Hotel Continental, del Hotel de France y del Hotel Saint Amand). Los de lujo eran sin duda los que ofrecían comida francesa, destacando el de Juan Labeille (Santa Capilla a Carmelitas, que además ofrecía comida criolla). A finales de la década de 1920 era bastante frecuentado el restaurante “La Suisse” (de P. René Dalofre) cuyas especialidades eran *la langouste à l’américaine*, *le rognon gauciais*, *balgnets* y *crêpes Suzette*, o el “Chez Becker” (al lado del Teatro Ayacucho), que ofrecía “*Cuisine de luxe*” y “*pâtisserie parisienne*” (Ferris, 1986). Había también otros restaurantes con precios más bajos como *El Postillón de La Rioja* (especialidad en paella), *El Venezolano* (con veinticinco platos diferentes) y otros modestos de comida criolla, la mayoría ubicados en los alrededores del Mercado Principal y de la Plaza Miranda. En la década de 1950 siguieron estableciéndose restaurantes franceses, así como populares urbanos y españoles.

Otras ocasiones para comer fuera eran los entre actos en el antiguo Teatro El Conde: los espectadores llevaban hallacas, hallaquitas, empanadas y preparados de masas, dulces y buñuelos. Además, se vendía chicha andina con aroma de almendra, carato de ajonjolí o arroz, y guarapo de piña. Durante el período 1900-1920, eran frecuentes las visitas familiares a las heladerías, entre ellas “La India”, “La Francia” o “La Glacier”: los domingos después de la retreta matutina o en la noche luego del teatro. Aquéllas tenían dos salones: uno para las familias y otro para hombres, en el que lugar de helados se servían cócteles y sándwiches de cerdo, queso, jamón e incluso caviar.

Era costumbre en los inicios del siglo XX comer arepa con café con leche luego de un paseo o de ir al teatro Calcaño o al Circo Metropolitano. Había en Caño Amarillo y La Candelaria ventas ambulantes de arepas y empanadas con queso, caraota y carne; de dulces y conservas; de helados, algodón de azúcar, raspados con jarabe de limón, frambuesa o granadilla... (Ferris, 1986). En ocasiones especiales (como onomásticas o cumpleaños) eran frecuentes reuniones donde degustaban ponqué, gelatina y quesillo, gelatina con leche, pudines de leche o chocolate, manjar blanco y torta María Luisa, Reina Victoria o Moca, o el helado de la “sorbetera”. Otras delicias eran: ensalada de gallina o rusa, pernil de cerdo, jamón, pan de banquete, canapés variados, *paté de foie gras*, caviar, frutas importadas (manzanas, peras,

uvas y melocotones) (Ferris, 1986). Los platos navideños eran fundamentalmente hallacas, perrito de cerdo, ensalada de gallina, pan de jamón planchado, chocolate, bizcochuelo, vino tinto y dulce de lechosa. Una expresión que resume las aspiraciones de los que por cualquier motivo estaban fuera era “estar en Caracas, para las hallacas” (Schael, s.f.). Otro ejemplo, en la década de 1930, era ir a la fuente de soda, por un buen “*lunch*” a un precio aceptable, además de sándwiches, helados, merengadas, patatas fritas y otros platos representativos del estilo estadounidense.

No obstante la paulatina sustitución de la arepa casera por el pan de trigo, la preparación de aquella destinada al consumo colectivo fue favorecida por el auge de la construcción. Durante el período 1920-1960, muchos obreros llevaban al trabajo -como vianda- arepas rellenas con carne mechada, sardinas, jamón, queso, costumbre que perdura aún en la actualidad. Además, muchos obreros extranjeros comenzaron a aficionarse a esta modalidad, llegando a consolidarse un nuevo mercado consumidor (Ferris, 1986). En la década de 1960 comenzaron a difundirse las *areperas*, establecimientos donde aún hoy se ofrece el tradicional producto acompañado por diferentes guisos y clases de quesos, que ha originado además un lenguaje particular en el ramo (por ejemplo, la expresión “*reina pepiada*”, para la arepa de pollo, aguacate y mayonesa).

Aunque hasta finales de la década de 1950 se mantuvo la costumbre de las tres comidas diarias, ha venido desapareciendo la puntualidad de la mesa e incluso a veces la reunión de todo el grupo familiar. Otros factores que han influido esta tendencia han sido el creciente proceso de urbanización, el congestionamiento del tráfico, el transporte insuficiente y la participación de la mujer en el mercado laboral.

5.2. Algunos cambios de patrones y hábitos de consumo

Según Lovera (1988), desde la década de 1960 se incrementó significativamente la importación de alimentos y se consolidaron algunos cambios en el consumo tradicional (*e.g.*, sustitución de papelón por azúcar refinado, manteca de cochino por aceites vegetales, carnes por embutidos y otros productos tradicionales en la cocina del país). Por otro lado disminuyó el consumo de productos frescos como yuca, ocumo, batata y frutas criollas tradicionales, que comenzaron a sustituirse por frutas importadas o jugos enlatados. Bebidas gaseosas, pan de trigo, pastas, perros calientes, hamburguesas, helados industriales y frutas exóticas, entre otros, son parte del consumo cotidiano que se mantiene en el presente; eso sí, en detrimento de platos tradicionales.

Sin embargo debe tenerse en cuenta que la ingente información sobre la relación alimentación-nutrición-salud, la diversidad de comidas ofrecidas en el mercado y la propia determinación y necesidades del individuo en la configuración de sus patrones de alimentación (*e.g.*, individuos con enfermedades o con motivo preocupación en la ingesta de ciertos alimentos), han convertido el consumo alimentario en una decisión y en un acto individual. Tendencias globalizadoras como los *fast food* y los alimentos manufacturados coexisten con las formas tradicionales, pero la decisión final está fuertemente influenciada por las diferencias socioeconómicas de los consumidores, hecho que se refleja en las leyes tendenciales del consumo para países en desarrollo.

Aunado a estos cambios, el incremento del ingreso petrolero en la década de 1970 propició una demanda creciente de productos manufacturados y cierta homogeneidad en el consumo masivo de alimentos. Comenzó a desarrollarse la industria de alimentos congelados con la entrada al mercado de Internacional de Desarrollo (oferta vegetales, pizzas, postres, productos procesados de pollo y pescado, pan congelado) y Veproca (comercializadora de las marcas *La Granja* y *Texas*). Con los años la lista de productos ha crecido considerablemente y tienen cada vez mayor aceptación en el consumidor venezolano. A pesar de su precario desarrollo en comparación con Europa o Norteamérica, los productos congelados constituyen un mercado en expansión. Según cifras de la revista *Producto* (1998), del total de ventas de víveres de los supermercados representaron en 1998 el 12%, estimándose un incremento en años venideros hasta un 30-35%. Otra empresa es La Casa de Los Tequeños, que vende pasapalos (pastelitos, pastelones, tequeños para fiestas y tequeñones, masa de pasapalos, y luego, pizzas).

Estos alimentos tienen básicamente dos tipos de mercados: el institucional, fundamentalmente cadenas de comida rápida, y el consumidor final. Los proveedores nacionales de los establecimientos de comida rápida (McDonald's, Burger King, Wendy's, Arturo's, KFC) son principalmente *Internacional de Desarrollo* (casos de pechuga de pollo empanizada, pechuga de pollo para parrilla, *nuggets* de pollo, guisantes, brócoli y maíz) y *Distribuidora Fresimo* (fresas y moras congeladas). Los proveedores de insumos importados son fundamentalmente *McCain Internacional* (patatas fritas y pastel de manzana) y *Cavendish Farm* (patatas fritas) (*Producto*, 1998). La tendencia en años venideros apunta a la diversificación de congelados, combinada con la introducción de comidas dietéticas preparadas y reforzada con la demanda de productos gourmet en crecimiento (comidas exóticas de Asia, aunadas a los consolidados platos italianos, mexicanos y estadounidenses) (Rodríguez, 2003), pero con mayores precios.

5.3. Consumo en establecimientos de comida rápida

Se remonta a la inauguración en 1948 de la cadena “Presto” en Caracas, intento que no logró consolidarse y fracasó poco después debido en parte a la inexistencia de condiciones necesarias (Ferris, 1986). En 1951 se creó “Crema Paraíso”, que inicialmente vendía sólo helados y merengadas, agregando hamburguesas y perros calientes en la década de 1960 y pizzas en la de 1970. Inicialmente sus clientes venían en ocasiones especiales, pero luego fue conformándose una clientela constituida principalmente por adolescentes. En la década de 1970 la primera cadena en implantar el sistema en Caracas fue “Kentucky Fried Chicken”, (pollo frito a la “Coronel Sanders). Tardíamente respecto de países como Colombia o México, “Tropi Burger” fundó su primer establecimiento con menú limitado en comparación con los restaurantes a la carta, pero con higiene y servicio rápido. Sin embargo, “...esto no sólo quiere decir que los clientes comen rápido una comida de ciertas características, lo cual ya implica un cierto tipo de cambio cultural, sino además que hay toda una organización del trabajo y de la empresa que sostiene eso...” (Mato, 2001).

Durante la década de 1980 hubo una notable expansión. El primer establecimiento de la cadena “Burger King” se inauguró en Caracas en 1980 y en 1985 entró en escena McDonald’s. Hoy todos ellos son muy frecuentes en centros comerciales, zonas industriales y en general, en cualquier avenida de la ciudad. En principio iban a ellos familias de clase media, los fines de semana, pues comer fuera no era lo cotidiano. Pero como resultado del auge del *fast food*, existen desde entonces en casi todos los centros comerciales en Caracas áreas exclusivas de comida rápida (*ferias de comida*, e.g., en el CCCT, C.C. La Villa, C.C. Sambil), caracterizados por tener un área central donde están dispuestas sillas y mesas compartidas por todos los expendios allí localizados.

Lo que distingue a un restaurante de comida rápida es esencialmente el estilo de servicio QSCV (*quality, service, cleanliness and value*), impersonal y automatizado, en un ambiente bastante informal, sin lujos y con un mobiliario que varía poco de un local a otro de la misma cadena. En general se plantea que es expresión y extensión de la cultura estadounidense en los hábitos del venezolano, en horarios convenientes. Tienden a sustituir la comida abundante por comida “ligera” y bebidas tradicionales por refrescos industrializados. Incluso las pizzas y tacos mexicanos han sido “americanizados”, en términos de su preparación y servicio, además de ser producidos en serie. Más recientemente se han incorporado ensaladas y platos más “light” (apariencia más sana). Esto contrasta con el consumo de alimentos en restaurantes a la carta, generalmente sujeto a horarios tradicionales y que requieren más tiempo de preparación y recargan 10% por concepto de servicio.

Prácticamente resulta más fácil encontrar una hamburguesa en cualquier rincón de Caracas que, por ejemplo, un tradicional mondongo; además, no hay sitio donde no se encuentre un expendedor de perros calientes: hasta en las urbanizaciones más distinguidas, donde las hamburguesas desplazaron a las parrillas y otras comidas tradicionales⁷. Además de los factores ya mencionados (acelerado proceso de urbanización, tráfico y sistemas de transportes suficientes y eficientes, rol de la mujer), estos cambios son la respuesta para enfrentar las necesidades de la alimentación en el menor tiempo posible. Como señala Alonso (2002), es un hecho inapelable que el modelo McDonalzado, masificado y normalizado de consumo sigue predominando, con fuerte incidencia en los colectivos más débiles (niños, jóvenes, ancianos) o en los que no pueden resistirse por su escaso nivel económico y/o cultural.

5.4. Otros establecimientos de restauración comercial en Caracas

Popic (1998) ha señalado a Caracas como la capital gastronómica de América Latina, dada su variedad de restaurantes de alto nivel y numerosas alternativas al comensal, donde confluyen distintos modos de ser y de pensar que pueden expresarse a través de la gastronomía. Coexisten así la comida criolla con la italiana, la española, la estadounidense, la china, la árabe, la francesa, la mexicana y la colombiana, entre otras, con establecimientos para todos los gustos y distintos poderes adquisitivos. En años recientes destaca la diferenciación socioeconómica este-oeste de la capital venezolana, donde el este es sinónimo de elevado poder adquisitivo y lugar de residencia de los caraqueños más pudientes, en tanto el oeste representa lo contrario. No es entonces casualidad que los restaurantes a la carta más especializados y más costosos se ubiquen en aquella (particularmente en adyacencias a Las Mercedes o La Castellana).

Por último merece destacarse el papel de la moda sobre los hábitos de consumo. Para algunos que viven o trabajan en Caracas, comer fuera del hogar no sólo es motivo de ocasiones especiales o salidas familiares de fin de semana, sino que forma parte de lo cotidiano. Cuando los frecuentan, además de los motivos calidad, ubicación, tiempo, en ocasiones pueden emular conductas propias de estratos sociales más altos (efecto Veblen). Otros factores como la mayor participación política, masificación de la educación media y superior, incremento del nivel de ingresos (décadas de 1970 y 1980), el atractivo económico y político para emigrar hacia Venezuela, el aumento de las oportunidades de viajes al exterior en las clases media y alta y los medios de comunicación, han repercutido también en el hecho sociocultural del

⁷ Por ejemplo, en 1998 McDonald's vendía 300 toneladas mensuales entre productos procesados de pollo y bovino (Producto, 1998: 3), que anualizadas y comparadas con la disponibilidad de estos productos para este mismo año en el país (INN-ULA, 2002), representaron aproximadamente el 0,5% del consumo total.

consumo alimentario del venezolano, en general, y del caraqueño, en particular. Ha ocurrido una especie de transculturización del venezolano, quien ha enriquecido sus hábitos, prácticas y dietas. No obstante, han repercutido negativamente en aspectos como el nutricional (incorporando trastornos, desórdenes y enfermedades propias de los países más desarrollados, *e.g.*, obesidad, anorexia, bulimia) o el familiar (menos tiempo para dedicar a la familia).

6. CONCLUSIONES

Los cambios alimentarios en Caracas resultaron de la evolución de una serie de factores económicos, sociales, demográficos y culturales a lo largo del siglo XX, afectados por la importación de víveres y la internalización de costumbres y hábitos foráneos. La manera actual de adquirir, preparar y consumir alimentos es el resultado de la consideración simultánea de la naturaleza del producto, conocimientos, hábitos alimentarios y componentes culturales, igualdad de género y cambios de roles, del acelerado ritmo de vida, del nivel de ingresos y de la clase social. Todo ello ha perfilado un nuevo consumidor, cuya conducta está en parte determinada por macrotendencias sociales relacionadas con la seguridad, la simplificación, el conocimiento, la personalización y el placer.

Las pulperías fueron sustituidas por abastos y más tarde por supermercados e hipermercados; los consumidores se inclinaron cada vez por productos elaborados, con marcados atributos de valor (calidad, servicio, inocuidad, precios razonables), que pudieran ser adquiridos cerca del trabajo o del hogar e implicaran menos tiempo y utensilios para su preparación. Estos cambios permitieron consolidar el procesamiento y distribución masiva de alimentos en Venezuela, iniciada durante las décadas de 1960 y 1970. Paralelamente creció la importación de alimentos, que propició la consolidación de hábitos alimentarios del estilo urbano, en detrimento de algunos platos tradicionales. Destaca también una tendencia a la diversificación y mayor consumo de alimentos congelados, así como la reciente introducción de comidas dietéticas preparadas.

El acelerado proceso de urbanización propició el cambio del papel de la mujer como agente culinario y su contribución a los cambios en patrones de consumo y seguridad alimentaria del hogar, reforzados por la influencia de los medios de comunicación. Paralelamente, los establecimientos comida rápida que existían en Caracas desde la década de 1970, se consolidaron como opción de restauración fuera del hogar, por sus ventajas en ahorro de tiempo, precios asequibles, calidad, localización conveniente, ambiente y atención automatizada, aunque también por simple moda o status.

En síntesis, la adquisición, preparación y consumo de alimentos constituyen procesos complejos que trascienden los ámbitos nutricional y económico. Involucran factores motivacionales y sociológicos, que junto con los primeros permiten una mejor comprensión del consumidor caraqueño del presente: un individuo influenciado por una serie de acontecimientos histórico-sociales, que aunque no escapa del condicionamiento de símbolos y valores de la sociedad globalizada, que afirma su personalidad siguiendo pautas de adhesión hacia círculos y símbolos fuertemente particularistas. Como los cambios se producen en el largo plazo, ciertos rasgos permanecen en el tiempo y permiten explicar en parte por qué aún hoy coexisten prácticas y costumbres adoptadas a lo largo del siglo pasado.

REFERENCIAS

- ABREU, E.; MARTÍNEZ, Z.; QUINTERO, M.; MOLINA, L.; ABLAN, E.; BELLORÍN, M. (2001), *Entre campos y puertos...Un siglo de transformación agroalimentaria en Venezuela*, Fundación Polar, Caracas.
- ABREU, E.; MARTÍNEZ, Z.; MAIO, M.; QUINTERO, M. (2000), *Inicios de modernidad. Marcas de fábrica y comercio en el sector alimentación en Venezuela, 1877-1929*, Fundación Polar, Caracas.
- ALONSO, L. (2002), “¿Un nuevo consumidor?”, *ABACO*, 31, *Riesgos alimentarios y consumo sostenible* (segunda época), pp. 1-8.
- CAMEL, E. (2004). El regreso a la barbarie. En: Hispanic American Center for Economic Research (<http://www.hacer.org/current/Vene21.php>).
- CARTAY, R. 2004. *Fábrica de Ciudadanos*. Caracas: Fundación Bigott.
- CARTAY, R; ABLAN, E. (1997), *Diccionario de alimentación y gastronomía en Venezuela*, Fundación Polar, Caracas.
- CARTAY, R.; CHUECOS, A. (1994), *Tecnología culinaria doméstica en Venezuela, 1820-1989*, Fundación Polar, Caracas.
- CARTAY, R. (1992), *Historia de la alimentación del nuevo mundo*, Fundación Polar, Caracas.
- CARTAY, R. (1988), *Historia Económica de Venezuela 1830-1900*, Vadell Hermanos Editores, Caracas.
- CONGELAGRO (2004). *Congelagro S.A. Compañía*, en <http://www.congelagro.com/compania.htm>, consulta 20/06/2004.
- CORTINA, A. (1976), *Caracas, la ciudad que se nos fue*, Editorial Roble, Caracas.
- DÍAZ, C.; GÓMEZ, C. (2004), “Alimentación humana y cambio social”, *VIII Congreso Español de Sociología-Sesión 4ª*, Sociología de los Consumos Alimentarios, septiembre 23-25, Alicante.
- ELÍAS, N. (1993). *El proceso de la civilización. Investigaciones sociogenéticas y psicogenéticas*. Madrid: F.C.E.

FAO (2004), *El género y la seguridad alimentaria*, en <http://www.fao.org/Gender/sp/nutr-s.htm>, consulta 15/06/2004.

FERRIS, C. (1986), *Hábitos alimentarios y cambio cultural: el caso de la comida rápida en Caracas*, Tesis de Grado-Universidad Central de Venezuela, Caracas.

FUNDACIÓN POLAR. (1997), *Diccionario de Historia de Venezuela*, Fundación Polar, Caracas.

INN-ULA (2002), *Hojas de Balance de Alimentos 1998-1999*, Instituto Nacional de Nutrición-Universidad de Los Andes, Mérida (Venezuela).

JAMES, W. (1984), *Pragmatismo*, Orbis, Barcelona (España).

LOVERA, J. (2000), “Entre la buena mesa y el diario sustento”, en A. Baptista (Ed.), *Venezuela siglo XXI: Visiones y Testimonios*, Libro 1, Fundación Polar, Caracas.

LOVERA, J. (1988), *Historia de la alimentación en Venezuela*, Monteávila editores, Caracas.

MALASSIS, L.; GHERSI, G. (1992), *Initiation à l'économie agroalimentaire*, Hatier, France.

MATO, D. (2001), “Des-fetichizar la globalización”: basta de reduccionismos, apologías y demonizaciones, mostrar la complejidad y las prácticas de los actores”, en Mato, D. (Comp.), *Estudios Latinoamericanos sobre cultura y transformaciones sociales en tiempo de globalización*, FLACSO, Buenos Aires, pp. 147-172.

MÉNDEZ, I. (2004), “Sólo los buhoneros son el Pueblo”, *Venezuela Analítica*, <http://www.analitica.com/vas/1999.10.5/articulos/08.htm>, consulta 20/09/2004.

MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN, MAPA (1989), “Orden de 4 de enero de 1989 por la que se establecen ayudas para la mejora de la distribución y promoción de productos agroalimentarios”, *BOE 15/1989*, del 18/01/1989, MAPA, Madrid.

MOLINA, L. (1995), “Revisión de algunas tendencias del pensamiento agroalimentario 1940-1994”, *Agroalimentaria*, 1 (septiembre), pp. 43-52.

NARVÁEZ, L. (1984), *Tres cuartos de siglo en la vida de un caraqueño 1909-1984*, Editorial Mandela, Caracas.

POPIC, M. (1998), *Guía gastronómica de Caracas*, Miro Popic, Caracas.

PRODUCTO ON LINE (1998), *El mercado de los alimentos congelados hoy*, en <http://www.producto.com>, consulta 07/07/2003.

RODRÍGUEZ, D. (2004), “Tendencias en el consumo de alimentos y evolución de las ventas al detalle en el continente americano”, *Intercambio-Políticas, comercio y agronegocios*, N° X-2004, Secretaría Técnica del IICA, San José de Costa Rica, pp. 1-12.

SCHAEL, G. (S.f.), *En el vivir de la ciudad. Ediciones conmemorativas del Bicentenario del Natalicio del Libertador Simón Bolívar*, Concejo Municipal de Caracas.

SUNKEL, G. (2002), “Una mirada otra. La cultura desde el consumo”, en: Daniel Mato (Coord.), *Estudios y Otras Prácticas Intelectuales Latinoamericanas en Cultura y Poder*, FLACSO-CEAP FACES UCV, Caracas.

VÁZQUEZ, S. (1994), *Filosofía de la Educación*, Trópicos, Barcelona (España).