

ALIMENTACIÓ I "URBANITAT"

A la recerca dels espais i els territoris alimentaris dins la ciutat

Joël Rouffignat

Catedràtic

Departament de Geografia
Universitat Laval, Quebec

Hi ha llocs i espais alimentaris dins la ciutat? I si és així, com podem localitzar-ne els emplaçaments, fixar-ne els límits, establir-ne els territoris? Com participen i s'insereixen aquests llocs dins dels estils de vida urbans, dins dels espais socials, econòmics i culturals del medi urbà?

En la recerca d'aquests estils de vida urbans moderns, geògrafs i sociòlegs han intentat d'esbrinar-ne les característiques a través del procés de "rodalització" (perdoneu el neologisme ...) o de "gentrificació" (... i l'anglicisme!) (LEY, D., 1986 i 1987), a través de les estratificacions socials (HARRIS, R., 1984), (BONNAIN-MOERDICK, R., 1975) o bé ètniques (ZELINSKY, W., 1985) que fragmenten les nostres ciutats.

Pot ser que l'espai alimentari no sigui sinó el reflex d'aquestes diferències o d'aquestes solituds que es juxtaposen o s'interpenetren dins l'aglomeració urbana moderna? Això no faria sinó tenir només en compte la variable consumista: "Digues-me qui ets i et diré què menges!" Efectivament, és constatable que pobres i rics no consumeixen els mateixos aliments ni freqüenten els mateixos restaurants! Evidentment, en una ciutat hi ha una correlació quasi perfecta entre el nombre d'immigrants provinents de Grècia i el dels taulells que ofereixen *souvlaki*. Però més enllà d'aquestes diferències socials, ens cal trobar els llocs alimentaris dins de les societats modernes a través dels comportaments socials i espacials de les masses urbanes i de les estratègies d'implantació i de posicionament de les empreses del sector agro-alimentari.

L'estudi de l'evolució dels costums i pràctiques alimentàries que fa el geògraf implica, en primer lloc, que cal precisar i definir algunes nocions i conceptes per tal que puguem establir els processos, els mètodes i els instruments propis de l'anàlisi geogràfica d'aquest fenomen.

La figura 1 està directament inspirada en la que Annie Hubert ha elaborat sobre els espais alimentaris dels *yao* del nord de Tailàndia (HUBERT, A., 1989). Com per als *yaos*, l'espai alimentari del medi urbà quebequès està dividit entre l'alimentació domèstica i l'alimentació efectuada dins d'aquests àmbits de la vida moderna que

constitueixen els objectius dels múltiples desplaçaments a través dels quals estructuram el nostre espai social dins la ciutat.

Aquesta alimentació del medi urbà s'efectua al llarg dels múltiples salts de puça motoritzats que ens porten de la feina al lleure i del consum a les relacions socials, al si d'aquestes petxines d'espais que Abraham Moles i Elizabeth Rohmer havien establert dins la seva *Psicologia de l'espai*: el pis, el bloc, el barri, la ciutat, la regió (MOLES, A. I ROHMER, E., 1972). L'espai viscut esdevé un espai delimitat, marcat per parades alimentàries que tenen valors i significacions diferents segons els temps i els llocs. No és, doncs, només a través dels productes propis d'un lloc que hom "es menja" l'espai sinó també posant enmig dels territoris que componen l'espai uns gestos alimentaris significatius.

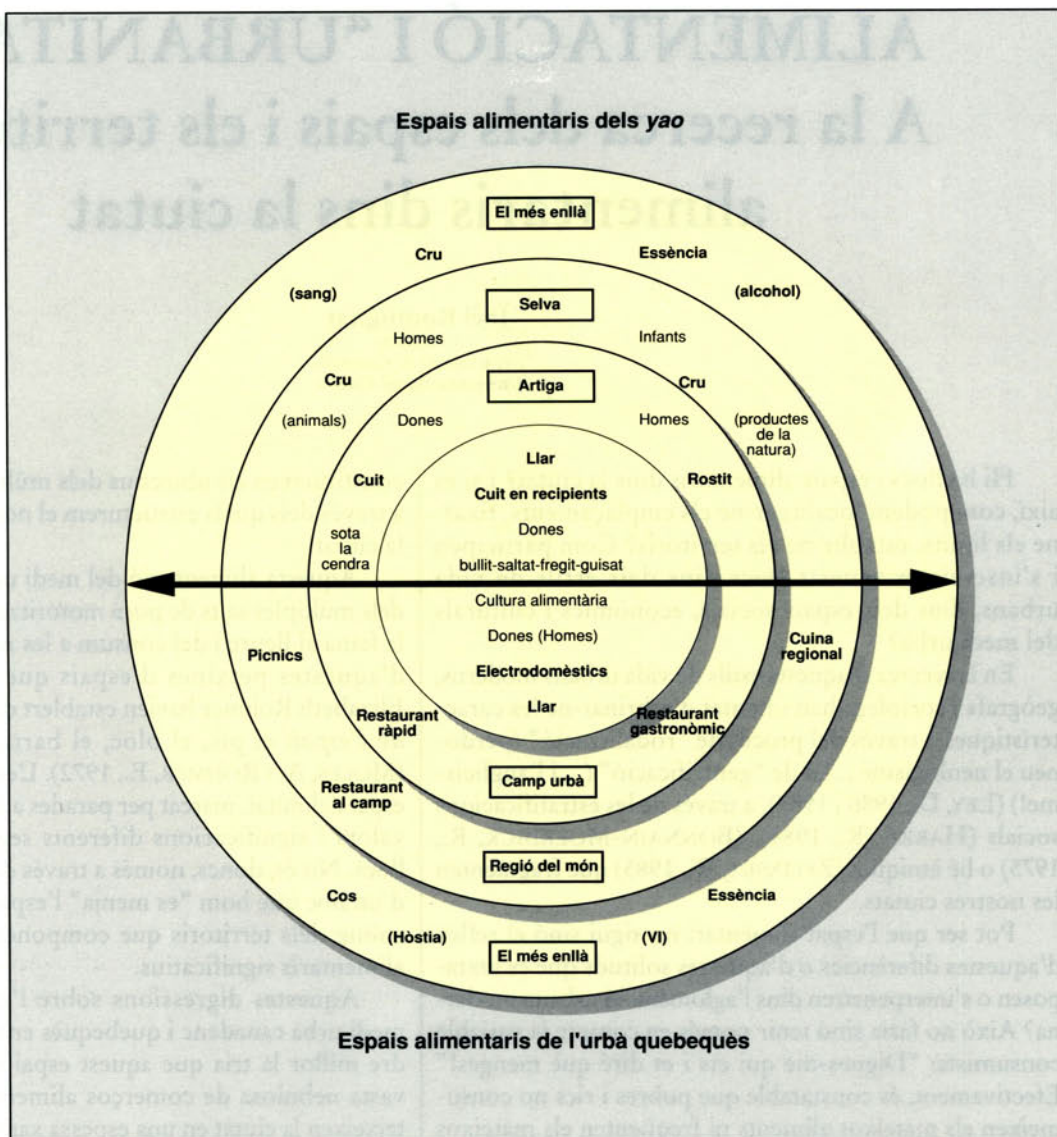
Aquestes digressions sobre l'espai alimentari del medi urbà canadenc i quebequès ens ajuden a comprendre millor la tria que aquest espai ha de fer dins de la vasta nebulosa de comerços alimentaris que sembren i teixeixen la ciutat en una espessa xarxa de punts de venda i distribució.

Distingir l'àrea domèstica de l'àrea pública

El primer aspecte de l'alimentació (tant del medi urbà com del rural) resideix bàsicament en la dicotomia entre l'espai domèstic i l'espai públic. Aquesta distinció es troba en el si de la indústria agro-alimentària per la competència tan gran que hi ha entre la difusió dels productes i les tecnologies destinades a l'alimentació domèstica (del precuinat en conserva al plat cuinat per rescalfar amb el microones) i l'oferta de productes i serveis de l'alimentació "dins la ciutat", és a dir, dins dels restaurants de tots tipus (col·lectius, tradicionals, ètnics, ràpids, *fast-food*, gastronòmics) i dins dels "parada-per-menjar" cada cop més nombrosos (cereseries, frankfurt ambulants, sandvitxeries, creperies, pastisseries i xarcuteries, i fins i tot les botigues de queviures que avui dia ofereixen "aliments-al-minut" al voltant d'un taulell presidit per una cafetera, etc.).

Figura 1: Els espais de l'alimentació

(Font: Hubert, A.:
L'alimentation chez
les Yao du Nord de
la Thaïlande)



Diferenciar les localitzacions i les formes de la xarxa de comercialització

El segon aspecte es refereix a la inserció d'aquests llocs de distribució alimentària dins d'emplaçaments i situacions particulars. En emplaçaments que s'inscriuen dins del marc de l'arquitectura urbana (les formes) i dins de les estructures socio-econòmiques de la distribució comercial (estructures d'empreses). Els emplaçaments dels establiments de distribució es localitzen i es reparteixen sigui en formes simples (un establiment aïllat) o complexes (agrupament de diversos establiments dins d'un mateix edifici o prop els uns dels altres) a banda, del desenvolupament comercial: carrers comercials i "passeigs del cotxe", o puntual: mercats públics, hipermercats i supermercats. Aquests emplaçaments se succeeixen al llarg dels carrers comercials, dels grans eixos de carrete-

res que han esdevingut "passeigs de la calor", dins de zones turístiques amb múltiples restaurants ètnics i gastronòmics, en els barris de bars i cerveseries, en associació amb les urbanitzacions residencials.

Aquestes formes urbanes, per llur disposició i llur organització, indiquen que són indissociables de les estructures de les empreses que les ocupen: la seva localització i la seva distribució responen a estratègies precises d'ocupació del territori per part de les diverses formes de comerços, de les cadenes comercials o dels restaurants (concessions, sucursals, cadenes, taulells de venda, etc.).

La distinció entre el sector de la restauració i el del comerç alimentari al detall és cada cop més difícil. La restauració ocupa un lloc cada cop més important dins de la xarxa de comercialització dels productes alimentaris (figura 1): comporta nombrosos subsectors i s'especia-

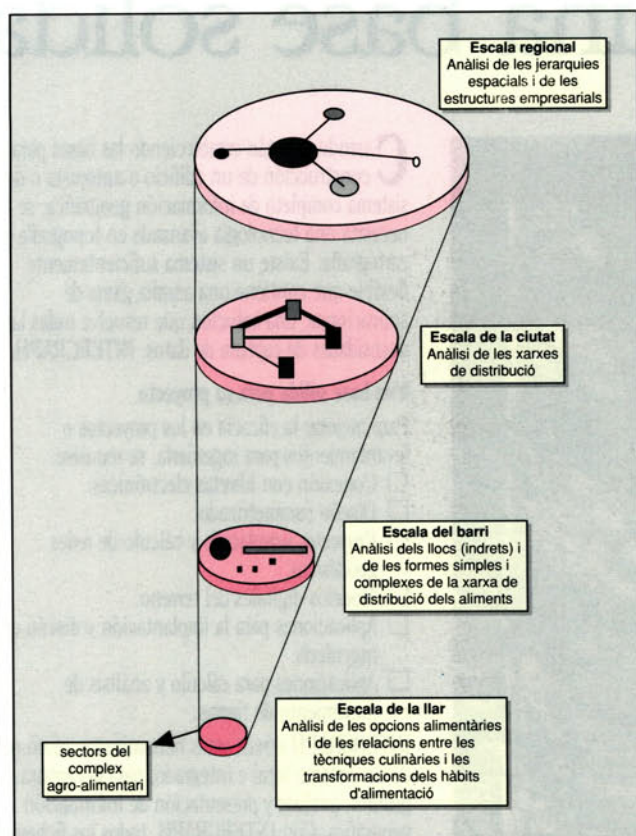


Figura 2: Escales d'anàlisi de la distribució alimentària

litza cada cop més, en una gran proliferació de botigues cada cop més especialitzades. Hem d'analitzar, doncs, aquests punts de venda no només per ells mateixos, sinó en funció de la redistribució constant de la part de mercat que es disputen entre ells: la restauració ètnica enfront de la restauració tradicional, la restauració *fast-food* enfront de la col·lectiva, per exemple.

Actualment, els restaurants i les botigues alimentàries especialitzades (BAE), estan en expansió; però no qual-sevol tipus de botigues especialitzades, sinó principalment aquelles que han estat integrades dins de les xarxes verticalment o horitzontalment per les empreses comercials de majoristes o pels promotors immobiliaris dels centres comercials i dels mercats d'alimentació. En canvi, els hipermercats que ofereixen productes de base estan experimentant un descens de llurs activitats i molts dels seus establiments han hagut de tancar o reconvertir-se.

Integrar escales d'anàlisi

Finalment, un tercer aspecte: el de les escales d'anàlisi. Per tal de poder abordar geogràficament aquest fenomen de manera més precisa, les escales d'anàlisi han de ser múltiples: l'emplaçament, el barri i l'establiment s'analitzen més específicament a gran escala; les xarxes i els territoris de les empreses a una escala intermèdia; la xarxa del sector urbà o de la ciutat, les jerarquies espacials i les firmes, a nivell regional, provincial, nacional o fins i tot internacional (figura 2).

Conclusions

Aquestes reflexions sobre una geografia de l'alimentació que es transforma, que ha d'integrar els conceptes desenvolupats per la sociologia (comportaments i pràctiques socials) o per l'economia (sistema agro-alimentari, estructures d'empresa), impliquen doncs la consideració d'uns plantejaments i uns mètodes de treball diferents dels que han estat utilitzats en l'anàlisi d'aquests camps d'estudi geogràfics fins ara.

Data de recepció de l'original: 02.91

BIBLIOGRAFIA

- BONNAIN-MOERDYK, R.: "L'espace gastronomique", a *L'espace géographique*, volum 4, núm. 2, pàgs. 113-126. 1975.
- HARRIS, R.: "Residential Segregation and Class Formation in the Capitalist City: a Review and Directions for Research", a *Progress in Human Geography*, volum 8, pàgs. 26-49. 1984.
- HUBERT, A.: "Alimentation et espace chez les Yaos de la Thaïlande du Nord", a *Alimentation et régions*, pàgs. 245-260. Jean Peltre i Claude Thouvenot (eds). Presses Universitaires de Nancy. 1989.
- LEY, D.: "Alternative Explanations for Inner City Gentrification: A

- Canadian Assessment", a *Annals of the Association of American Geographers*, volum 76, pàgs. 521-535. 1986.
- LEY, D.: "Social Upgrading in Six Canadian Inner Cities", a *The Canadian Geographer-Le Géographe Canadien*, volum 32, núm. 1, pàgs. 31-45. 1987.
- MOLES, A. I ROHMER, E.: *Psychologie de l'espace*, 163 pàgs. Ed. Cerman poche (col·lecció Mutation-orientation). 1972.
- ZELINSKY, W.: "The Roving Palate: North America Ethnic Restaurant Cuisine", a *Geoforum*, volum 16, núm. 1, pàgs. 51-72. 1985.

Empezar sobre una base sólida



Cuando se están estableciendo las bases para la construcción de un edificio o autopista o de un sistema completo de información geográfica, se necesita una tecnología avanzada en topografía y cartografía. Existe un sistema suficientemente flexible que contiene una amplia gama de aplicaciones; una solución que resuelve todas las necesidades de captura de datos: INTERGRAPH.

Una base sólida para su proyecto

Para mejorar la eficacia en los proyectos o levantamientos para ingeniería, se requiere:

- ☐ Conexión con libretas electrónicas.
- ☐ Diseño parametrizado.
- ☐ Proyecto, simulación y cálculo de redes geodésicas.
- ☐ Modelos digitales del terreno.
- ☐ Aplicaciones para la implantación y diseño en ingeniería.
- ☐ Aplicaciones para cálculo y análisis de movimiento de tierras.

INTERGRAPH ofrece estas herramientas como parte de un sistema total e integrado, para la captura, gestión, análisis y presentación de información geográfica. Con INTERGRAPH, todos los ficheros relacionados con un proyecto forman parte de una base de datos única. La información compartida ayuda a los distintos departamentos a comunicarse adecuadamente, evitando la duplicación de datos, mejorando la productividad.

Un compromiso sólido de formación y asistencia

Para INTERGRAPH, la formación y asistencia al usuario son temas prioritarios. A partir del conocimiento de las tareas cotidianas en topografía e ingeniería, se consigue mejorar la productividad y la eficacia, introduciendo adecuadamente los gráficos interactivos. Este compromiso con el usuario ha convertido a INTERGRAPH en el líder mundial en cartografía asistida por ordenador. Empezar con INTERGRAPH supone establecer una base sólida, para cualquier proyecto en topografía, ingeniería o cartografía.

Un sistema único. Todas las soluciones.

Para más información, dirigirse a:
INTERGRAPH ESPAÑA, S.A.
C/. Gobel, 47-49 LA FLORIDA
28023 MADRID Tel.: 91 - 372 80 17
EDIFICIO UNIBER c/. Aribau, 197-199
08021 BARCELONA Tel.: 93 - 200 52 99
c/. Las Mercedes, 8 48930 LAS ARENAS
GETXO (VIZCAYA) Tel.: 94 - 463 40 66