

Att ta en tugga av havet

Om blå åkrar, grön ekonomi och den smarta tångens svåra resa

CECILIA FREDRIKSSON är professor i etnologi vid institutionen för service management och tjänstevetenskap, Lunds universitet. Hennes forskning är inriktad på analyser av konsumtion ur samtida och historiska perspektiv. Hon har skrivit om hållbar konsumtion och vardagsliv, alternativa handelsplatser och kreativitetens villkor i olika sammanhang.

FILIPPA SÄWE är docent i tjänstevetenskap vid institutionen för service management och tjänstevetenskap, Lunds universitet. Hon har forskat på kommunikativa praktiker med koppling till stadsförnyelse. Idag forskar hon om sociala konstruktioner av marknader ur ett hållbarhetsperspektiv med fokus på samexisterande värden.



Frostnätter och vardag i stan byts mot helg och hela havet stormar på sommarstället. Det blå kastar upp tång och jag ser så fram emot att börja använda det ännu mer i min odling. Förr i tiden åkte bönderna skytteltrafik till kusterna för att lassa till åkrarna. En bortglömd mineralbomb och ypperlig jordförbättring som är värd att tuffa iväg med även till den minsta odling.¹

Så förmedlar en stadsodlare på Instagram, under hashtaggen #blåstång, hur hon upptäckt tång som resurs. I kommentarsfältet följer olika erfarenheter av tångens egenskaper. En odlare berättar att tången används till sparris eftersom sparrisen "lär komma från strandängar" och att det ska vara bra med tång som gödning. Själv har hon ingen erfarenhet och har hört om gifter i tången och att den kan vara för salt. Men eftersom sparris behöver mycket näring och tål salt har hon bestämt sig för att testa.²

Vi ser idag ett växande intresse för tång som bortglömd resurs. Detta sammanfaller med ett utbredd intresse för miljö och hållbar konsumtion (jfr Moisaner 2008; Miller 2012; Fredriksson 2016). Men det finns också farhågor kring vad tången faktiskt innehåller. I den här texten tar vi utgångspunkt i hur tång får olika betydelser som smart fenomen.³ Genom att utgå från hur tång tar plats, gestaltas och fogas samman i specifika kontexter skriver vi in oss i ett kulturanalytiskt angreppssätt som innebär att undersöka kopplingar mellan olika aktörer och praktiker (jfr Kopytoff 1986, Czarniawska 2007; Ekström 2017, Kaijser 2018). För att följa tångens resa in i det svenska köket har vi låtit tången leda oss till olika platser och aktörer. Tång kan uppfattas som tidlöst och trivialt, men framställs ofta som ursprungligt och framåtblickande. Alger beskrivs som hälsosamt och nyttigt,

men också som smutsigt och giftigt. Tång är ett motsägelsefullt fenomen och har, som andra naturresurser, förmåga att organisera kultur och samhälle (jfr Douglas 1999; Falk 1994; Jackson 2010). Men den smarta tången har också superpotentialer som kan innebära både risker och möjligheter.

SMART AGENT I FRAMKANT

Idag finns stora förväntningar på ett växande vattenbruk och alger betraktas som framtida proteinkälla. Tång har många fördelar och kan odlas utan konstgödsel, bevattning och kräver ingen jordbruksmark. Inte sällan betonas förmågan att göra "miljön en tjänst" eftersom algerna tar upp kväve och fosfor ur havet.⁴

Intresset för att odla tång i Sverige har också tagit fart under senare år, inte minst beroende på ett antal stora forskningsprojekt som adresserar tångens fördelar. "Det fina med alger är ju att du kan göra allting med det", säger en av de tongivande algforskarna i Sverige.

Det finns ju ingenting som växer så fort som dom här algerna. Vi sätter ut våra alger när dom är två, tre millimeter stora. Sen är dom över tre meter långa efter fem månader. Det finns inget landbaserat som kan mäta sig med det. /---/ Och algerna har ju också fördelarna att dom plockar upp närsalter och kan också fungera som en koldioxidfälla.⁵

Här blir tången en smart agent som plockar upp salt och gillrar fällor för koldioxiden. Andra försök handlar exempelvis om att göra plast och papper av sockertång. En forskare uttrycker att "polymererna finns redan på plats i algerna" och "bara ligger och väntar" på att användas.⁶

Tångens olika fördelar uttrycks som en slags inneboende tjänstvillighet som bara väntar på att få tas i bruk. Muggen som tillverkats av alger blir ett miljösamt engångsalternativ som kan ätas upp efter användning.

ATT SKÖRDA UNDER YTAN

Tång kan vara framtidens råvara. Medvetna om det valde Linnea Sjögren och Jonas Petterson att säga upp sig från sina jobb som bibliotekariéer i Göteborg för att starta tångverksamhet.⁷

Längs den svenska västkusten har lokala entreprenörer valt att satsa på tång som råvara för leverans till utvalda restauranger och återförsäljare. Linnéa beskriver att det inte längre fanns någon kreativ energi i det liv hon levde.⁸ Hon längtade efter något annat och hittade "ett hål i marknaden" efter att ha läst en artikel i tidskriften *Gourmet* som handlade om svensk tång och mat.

En av de utmaningar som blivit tydlig för Linnea är den rädsla som många människor känner inför "naturlig mat". Detta är något som gör henne ledsen och hon försöker lära folk att inte vara rädda, "slänga kryddmättet" och plocka mat ur "naturens skafferit".⁹ Själv känner hon sig rik när hon går hem med en påse färsk tång och berättar att det är lite som att hitta ett fint kantarellställe i skogen. I verksamheten erbjuds bland annat självplockning och tångsafaris i kombination med naturupplevelser och matlagning med tång.

Linnéas erfarenhet som entreprenör handlar om krav på förnyelse, kreativitet och förmåga att vara i ständig rörelse (jfr Ekström & Jönsson 2016). Men till skillnad från det ekonomiskt orienterade entreprenörskapet är Linnéas rörelser främst

orienterade kring hållbarhet och den lokala miljön. Ur ett ekoprenörsperspektiv (Isaak 2002) bygger Linnéas praktik snarare på kreativt självförverkligande än ekonomiska vinster (jfr Reckwitz 2017). Här blir tången en exklusiv produkt i en småskalig verksamhet som skapar grönt värde i en lokal kontext (jfr Hultman & Säwe et al. 2018). Men i vilka former och sammanhang kan tången skapa värde utanför det lokala och exklusiva sammanhanget? Vad krävs för att alger ska nå en större marknad?

VAD HINDRAR TÅNG FRÅN ATT BLI EN STAPELVARA?

"Sugen på att ta en tugga av havet?" undrar ICAs chefsdietist och liknar det som döljer sig under havsytan vid ett grönsaksland som är fullt med alger och sjögräs. För att ge inspiration har ICA-kockarna också tagit fram sex "läckra recept med havets grönsaker".¹⁰ Men även om tång finns att köpa i en del matbutiker är det en sällsynt råvara i det svenska köket. Vardagens mat- och inköpsrutiner är sällan öppna för förändring (jfr Kaufmann 2010; Jönsson 2012). Här har handeln ett viktigt ansvar för att erbjuda gröna produkter och uppmuntra till hållbar konsumtion (Fuentes & Fredriksson 2016).

Hos marketingbyrån Retail House finns lång erfarenhet av hur lanseringen av nya produkter fungerar. Här menar man att utmaningen med innovation i handeln handlar om implementering och kategorisering. Vad gäller försäljning av tång i butik är en av de första frågorna som marknadsföraren ställer sig ifall det är "en fiskprodukt eller en växtbaserad produkt".¹¹ Ofta hamnar den klimatsmarta produkten på en avsides hylla.

Till skillnad från handeln har en del restauranger lyckats synliggöra tången som ny kulinarisk erfarenhet. Inom algforskningssfältet uppfattas kocken som en viktig förmedlare:

Då börjar det plötsligt bli gott att äta alger. [...] Det är först när dom börjar använda det.¹²

Introduktionen av tång i det svenska köket verkar alltså gå genom exklusiva restaurangmenyer och guideade tångsafaris med självplockning. Men sammanfogningen av tång och den svenska matkulturen sker också genom ett aktivt intresse för det som är annorlunda. Så blir den asiatiska kulturen förebild för både ett hälsosamt sätt att äta och för ett annat sätt att organisera samhället:

Japaner hör till de mest långlivade människorna på jorden och vissa forskare tror att deras intag av alger – otroliga fem kg per person och år – spelar en roll i detta. De drabbas också mer sällan av demens och tarmcancer.¹³

Så beskrivs algernas smarta hälsoegenskaper i en tidskrift för forskning, och i en annan kontrasteras det snåriga europeiska regelverket mot det asiatiska: Det finns så mycket regler här för att introducera nya livsmedel.¹⁴

Svårigheten att introducera tången i det svenska köket vilar på olika förklaringsmodeller som handlar om butikernas bristande innovationsförmåga, EU:s och det svenska livsmedelsverkets stränga regelverk samt konsumenternas ointresse, okunnighet och ovilja till förändring. Här aktiveras föreställningar, förhoppningar och påståenden kring tångens hälsobringande och hållbara egenskaper. Men här blir också spänningen mellan hälsa och miljö tydlig. Kan en produkt bli för smart och för svår att identifiera?

SMART TÅNG OCH TRÖGT LÄRANDE

Många har ju bilden av att man simmar och badar i havet. Och så finns det här läskiga på botten som man inte vill stoppa ner fötterna i. Men om man går ut i vadarstövlar, tar upp tångruskor och tittar i vattenkikare och ser vad det är och vilka djur som lever där. Om man sen pratar om det och kanske smakar lite på det så får man en helt annan bild. Vissa tycker det smakar jätteläbbigt och andra vägrar smaka överhuvudtaget. Och vissa tycker det smakar gott.¹⁵

På det marinpedagogiska centret i Malmö arbetar man med att "bryta ytan" för att alla ska "få tillgång till kunskap" och bli "havsmidvetna". Ofta kommer skolklasser som får fånga och undersöka alger längs stranden utanför. Ambitionen att ge en förändrad bild av havet tar sig uttryck i en lärorik upptäcktsfärd genom algernas magiska reproduktionssystem och deras betydelse för miljö och hälsa.

Även här blir det tydligt hur tången både är nyttig för individen och viktig för miljön. Men kan tångens smarta superpotentialer leda till att den blir trögflytande på en marknad som saknar de kulturella förutsättningarna? Introduktion av en ny råvara kräver ett sammanhang som förmår skapa mening runt produkten. Förändringsbenägenheten kopplat till vad vi äter och det vi betecknar som en "god" måltid är i många fall extra trög (jfr Douglas 1999).

Den marina miljön har en viktig roll i omställningen till en grön ekonomi där havets blå åkrar kan bilda utökad odlingsyta. Alger kan odlas eller skördas för matproduktion, men också för att minska övergödning och som energikälla. Vi har visat hur tången kopplas till hållbarhet och hälsa, men också hur den kan uppfattas som främmande och farlig.

Alla vill vara smarta. Förändring är trögflytande. Forskare, entreprenörer, eko-

prenörer, kockar och marinpedagoger blir viktiga agenter. Men hur ska de nå fram i vardagsbruset? Vill vi bara vara vilda, modiga och njuta under restaurangbesöket, på stranden eller på ett företagsevent? Hur skapar vi ett ansvar i alla leden för en mer hållbar matkultur?

Hållbar och smart utveckling förväntas genomsyra framtiden. Men det är en svår resa att omforma häftiga upplevelser till nya vanor. Vi har visat hur tången likt en multiagent kan röra sig och aktiveras inom olika fält. Tångens rörlighet är en lockande potential men i relation till skapandet av nya vanor kan den upplevas både som trög och svåridentifierbar.

NOTER

¹ Instagram: adlerodlar

² Instagram: naturarv

³ Artikeln skrivs inom ramen för det tvärvetenskapliga Formas-projektet "Marina resurser på nya marknader" 2019-2021

⁴ www.havet.nu/havsutsikt/artikel/algburgare-och-rakprotein

⁵ Intervju Fredrik Gröndahl

⁶ www.fria.nu/artikel/123005

⁷ www.gazzine.com/de-lever-pa-att-skorda-och-salja-vild-tang/

⁸ Intervju Linnéa Sjögren

⁹ Intervju Linnéa Sjögren

¹⁰ www.ica.se/halsa/artikel/alger-i-mat-6-recept/

¹¹ Intervju Martin Moström

¹² Intervju Fredrik Gröndahl

¹³ www.forskning.se/2018/06/05/tang-pa-tallriken-bra-for-tarm/

¹⁴ www.extrakt.se/det-ar-slemmigt-men-valdigt-anvandbart/

¹⁵ Intervju Anna Särnblad

KÄLLOR

Instagram: adlerodlar

Instagram: naturarv

www.extrakt.se/det-ar-slemmigt-men-valdigt-anvandbart

www.fria.nu/artikel/123005

www.forskning.se/2018/06/05/tang-pa-tallriken-bra-for-tarm/
 www.gazzine.com/de-lever-pa-att-skorda-och-salja-vild-tang
 www.havet.nu/havsutsikt/artikel/algburgare-och-rakprotein
 www.ica.se/halsa/artikel/alger-i-mat-6-recept

REFERENSER

- Czarniawska, Barbara 2007. *Shadowing and Other Techniques for Doing Fieldwork in Modern Societies*. Malmö.
- Douglas, Mary 1999. *Implicit Meanings – Selected Essays in Anthropology*. London: Routledge.
- Falk, Pasi 1994. *The Consuming Body*. London: Sage.
- Ekström, Karin M. & Jönsson, Håkan 2016. *På resa i matlandet*. Stockholm: Carlsson.
- Ekström, Simon 2017. *Humrarna och evigheten: Kulturhistoriska essäer om konsumtion, begär och död*. Göteborg: Makadam.
- Fredriksson, Cecilia 2000. "Den designade potatisen: Kulturella perspektiv på genmodifierade kulturväxter", i Lundin, Susanne & Åkesson, Lynn (red.), *Arvets kultur. Essäer om genetik och samhälle*. Lund: Nordic Academic Press.
- Fredriksson, Cecilia 2006. "Vikten av ett majskorn. Ölet Kenth och introduktionen av Sveriges första GMO-livsmedel", i Burstedt, Anna, Fredriksson, Cecilia & Jönsson, Håkan (red.), *Mat: Genealogi och gestaltning*. Lund: Studentlitteratur.
- Fredriksson, Cecilia 2016. "Med lätt bagage. Om köpstopp, utrensning och hållbar konsumtion", i *Kulturella Perspektiv*, 25(2), 39–48.
- Fuentes, Christian & Fredriksson, Cecilia 2016. "Sustainability service in-store: Service work and the promotion of sustainable consumption", i *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. 44, No. 5, 492–507.
- Hultman, Johan & Särwe, Filippa et al. 2018. "Nordic fisheries at a crossroad", i *TemaNord* 2018:546.
- Isaak, Robert 1998. *Green Logic: Ecopreneurship, Theory and Ethics*. Sheffield: Greenleaf Publishing; West Hartford, CT: Kumarian Press.
- Jackson, Peter 2010. "Food stories: consumption in an age of anxiety", i *Cultural Geographies* 17(2) 147–165.
- Jönsson, Håkan 2012. *Den gastronomiska revolutionen*. Stockholm: Carlssons.
- Kajiser, Lars 2018. "Farliga hajar, hotade hajar", i Ekström, Simon & Kajiser, Lars (red.), *Djur: Berörande möten och kulturella smärtpunkter*. Göteborg: Makadam.
- Kaufmann, Jean-Claude 2010. *The Meaning of Cooking*. Oxford: Polity Press.
- Kopytoff, Igor 1986. "The Cultural Biography of Things: Commoditization as Process", i Appadurai, A. (red.), *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Miller, Daniel 2012. *Consumption and It's Consequences*. London: Polity Press.
- Moisander, Johanna 2008. *Representation of Green Consumerism*. VDM Vorlag.

SUMMARY

Take a Bite of the Sea. About blue fields, green economy and the difficult journey of the smart seaweed

(Att ta en tugga av havet. Om blå åkrar, grön ekonomi och den smarta tängens svåra resa)

The marine environment has an important role to play in the change-over to a green economy where the blue fields of the sea can form new and expanded cultivation spaces. Over the recent years there has been an increasing interest for seaweed as food in Europe. In this article we follow the seaweed's journey into the Swedish cuisine by letting it lead us to different places and actors. Seaweed are perceived as timeless and trivial, but is often presented as authentic and forward-looking. Seaweed are described as healthy and useful, but also as dirty and toxic. Seaweed is a contradictory phenomenon and it has like other natural resources the ability to organize culture and society.

Keywords: Seaweed/algae, marine resources, sustainable markets, ecopreneurship.

Cecilia Fredriksson, Professor in Ethnology, Department of Service Management, Lund University, Sweden.

Filippa Särwe, Associated Professor in Service studies, Department of Service Management, Lund University, Sweden.