

-Amantes de la comida-

Consumo y gusto posmoderno*

Gabriel Saucedo Arteaga

Sin lugar a dudas, el consumo de alimentos, además de su función de alimentar, es también un consumo social y cultural. Este trabajo permite identificar cómo se ha logrado una producción social del gusto y quiénes tienen el poder de determinarlo o promoverlo.

Aunque el término ha sido adoptado también por algunos sectores de la sociedad mexicana en países anglohablantes se conoce como *foodies*¹ a personas que son aficionadas y amantes de la buena comida para su consumo, estudio, preparación y noticias; quieren aprender todo lo posible acerca de ella, tanto lo mejor como lo común, de la ciencia, la industria y los personajes que la rodean. No les atraen mucho los restaurantes premiados o los más elegantes, tampoco las cadenas de restaurantes, o los servicios de comida rápida; buscan los lugares que tienen calidad e innovación. Además tienen gusto por viajar y comer lo típico de cada lugar, sin preocuparse demasiado por el costo o la imagen de los platillos.

Estos amantes de la comida, como se han denominado, están marcando una nueva tendencia dentro de los estilos de vida; se trata de una nueva generación que si bien ya existía desde los años 80, es en la actualidad dónde ha surgido nuevamente el interés sobre este tema que bien podía clasificarse como un estilo de vida. Aunque el término no está muy globalizado y no es aceptado por la mayoría de las personas que practican este estilo de vida. Tienen una afición por lo relacionado a la comida: la selección de los ingredientes, las técnicas culinarias con las que se prepara el platillo, la decoración, historia, aroma, la

* Saucedo Arteaga Gabriel. Consumo y gusto posmoderno. Cuadernos de Nutrición. Vol. 39. No.1 24-35:2016. México.

¹ El concepto *foodies* apareció en *The oficial foodies handbook*, de Ann Barr y Paul Levy 1984. Durante los años 80 y 90 el movimiento de *foodies* ocasionó la aparición del canal estadounidense *Food Network* (Red de comida); *Iron Chef*, libros de cocina, revistas especializadas como *Cook's Illustrated*, un incremento en la popularidad de mercaditos dirigidos por granjeros, páginas Web y blogs sobre comida -*Zagat, foodies world-*, tiendas especializadas como Williams-Sonoma y la institución del chef célebre. En el siglo XXI, Los Simpson se convierten en *foodies*; Anthony Bourdain es el gurú de los *foodies* y una serie de personajes actúan en la televisión como promotores del *foodismo*: comida exótica, chef nómada, comida extrema o peligrosa, entre muchos otros.

manera de servirlo, el ambiente del lugar y la armonía, que hacen en conjunto una manera exquisita de disfrutar cada alimento o platillo.

En Europa hay lugares dedicados para este grupo de personas, donde cuidan hasta el más mínimo detalle de cada platillo, logrando que sus clientes se sientan satisfechos al probar cada delicia que ofrecen. Estos lugares pueden hacer alarde de haber elegido los mejores jitomates del mercado, productos libres de pesticidas, ofrecer el mejor café y cuidar hasta el ambiente en donde se crían las diferentes especies avícolas y ganaderas que serán usados para la elaboración de los platillos; esto es también un atractivo para los foodies y para las personas que comienzan a conocer sobre el tema.

Disfrutar la comida: una necesidad, vicio, o arte moderno

“...En 1727, una carta al editor del Diccionario geográfico británico describió un nuevo vicio de la sociedad moderna, tan contagioso que había crecido recientemente a un exceso mayor que nunca. El problema era la actual manera lujosa y fantástica de comer, que mucha de nuestra gente de calidad y gusto han caído en ello. Los hombres en cifras récord estaban mal gastando sus fortunas y suspirando por los cocineros franceses y las cenas fastuosas...”

Desde hace muchos años en Gran Bretaña, los críticos culturales ya elevaban “el comer” a una forma de arte. En 1750, uno lamentó que la apreciación de la comida se había vuelto tan frecuente que “ahora se ha convertido casi en una ciencia liberal, por lo que pronto estará en nuestros colegios algunas de esas cátedras, sobre el estudio de los alimentos. En 1738 un escritor se quejaba “No puedes tener una comida decente en estos días sin escuchar expresiones de éxtasis, “¡Excelente, Exquisito, Delicioso! ¡Debes probar esto...nunca has comido una cosa mejor en tu vida: es tan bueno! ¿Es tierno? ¿Está sazonado en su punto? ¿No, no sería mejor así? ”... Otro periodista lamentó, “ los hombres de primera clase no tienen nada de que van gloriarse a sí mismos sino del mérito de sus cocineros... ¿Esa característica tonta –del gusto- debe ser apreciada en el mundo, sólo por haber nacido con un buen paladar? ”. (Carter 1985).

El foodismo abrió nuevas posibilidades gastronómicas que amenazaban con destruir los lazos de una cultura común. Los hombres ya estaban satisfechos con los menús

tradicionales para sus banquetes; ¿Cómo podría sobrevivir la tradición dentro de una incesante búsqueda de la novedad? El foodismo alteró el significado cultural de los alimentos mediante la separación del acto de comer, de su innato propósito biológico de alimentar, nutrir y llenar. Durante siglos, compartir la comida había constituido un vínculo primordial de compañerismo. Como un medio de auto-preservación, el acto de comer destacó la interdependencia de los individuos y la sociedad. Sin embargo, la estética de los alimentos, aportó a la comida de una forma de distinción, una afirmación del "Yo", de ese Yo, quien ahora tenía poca necesidad de la comunidad. El foodismo alteró las jerarquías de estatus tradicionales en favor de un nuevo medio de clasificación social basado en la idea resbaladiza e indescriptible del " gusto ". Demasiado volátil para soportar las cadenas de una descripción, según Edmund Burke², “el gusto era visto por muchos pensadores del siglo XVIII como una justificación poco fiable de especialización. Después de todo, ¿cómo puede uno obtener el gusto? ¿Quién tenía la autoridad necesaria para juzgar un platillo sobre otro?

La relación entre comida y arte ha tenido una larga y complicada historia, pero la naturaleza de esta relación está en constante modificación. Hoy algunos podrían preocuparse por las consecuencias culturales al sustituir la buena comida por gran arte. Para los críticos de ayer, los conocedores de alimentos debaten sobre la identidad, la comunidad y la autoridad; amenazan con poner en peligro muchas de las funciones simbólicas arraigadas de los alimentos: como dadores de la vida, como una muestra de la cultura e historia común.

Elizabeth David (1913 / 1992)

Fue una mujer de la clase alta británica, educada en Francia y Alemania durante la primera mitad del siglo veinte, que se convirtió en una periodista a quien le pagan por investigar y escribir sobre la gastronomía, de la provincia inglesa. Durante 35 años Elizabeth logró recompilar –cerca de 10 mil-, recetas de cocina que se publicaron en varias columnas y revistas de la época, así como en ocho libros; de estos “*An omelett and a glass of wine*” fue su búsqueda personal de la buena comida. Sus recetas recuperan y recrear una cocina

² 1729-1797. Político y escritor irlandés.

en el contexto de la vida. Para ella la búsqueda de lo auténtico es lo que la llevó a los lugares más simples. La cocina de David es para las personas que saborean su comida, la aprecian como arte, el amor por el contexto de la buena alimentación y la buena vida.

Su trabajo consistía en viajar por las provincias y ciudades de diversos países, visitando posadas, restaurantes y mercados - que al parecer ella disfrutaba mucho. -“ ¡Imagínese comer cocina francesa para ganarme la vida!”- comentaba Elizabeth. Hablaba de los sitios que visitaba como si fuera su lugar de trabajo. A veces ella incluía escritos de personas famosas, pero eran más frecuentes las notas de persona desconocidas que dejaron escritas sus experiencias gastronómicas para la posteridad. David describe sus comidas y las que otros han hecho; la preparación de alimentos, la cocina, el transporte; incluyó también fotografías de chefs famosos.

Son libros de cocina, pero podrían ser considerados como libros de historias / viajes; llenos de información anecdótica acerca de los orígenes de los alimentos y otros datos interesantes. Por ejemplo, dice que la pizza es un invento francés (no italiano), que se llamaba *pissaladiere*. Proporciona datos históricos de cómo el Whiskey ha sido utilizado como un ingrediente clave en algunos platillos exclusivos; las diferencias entre queso parmesano y gruyere - el primero de Italia y el segundo francés. No es una escritora para la elite, pero es una persona verdaderamente civilizada; sabe qué comer, cómo comer y preparar una buena comida. Sus recetas son meticulosas, auténticas, confiables y han formado el repertorio básico, no solo de las mil cenas británicas de finales del siglo XX, sino también de un buen número de restaurantes. Algunos comentaristas afirman que Elizabeth cambió los hábitos alimentarios de la clase media británica. (Carter 1985)³

Manuales para un estilo de vida y consumo

The oficial foodie manual (1984) –el manual de los *foodies*- y *The oficial sloane rangers manual – la guía para lo que realmente importa-* (1982), son publicaciones de *Harpers & Queen'*, (1970) la revista que supervisa constantemente el estilo de vida de la nueva

³ Carter, A., 1985. Noovs' hoovs in the trough. Review of *The Official Foodie Handbook* by Barr, A. & Levy, P., *An Omelette and a Glass of Wine* by David, E. and *Chez Panisse Menu Cookbook* by Waters, A., foreword by Grigson, J. *London Review of Books*.

sociedad británica. La idea original del foodismo parece ser *The official preppy handbook -el manual del buen gusto - (1980)*, publicado en los Estados Unidos de Norteamérica (EUA), en los primeros días de la presidencia de Ronald Reagan. Este manual era una lista de los atributos frívolos/banales de la clase media alta de EUA, redactados con una mezcla de desprecio y aprobación hacia ese grupo que deseaba imitar a las clases superiores. Es un manual para una clase nueva emergente que instruía a los nuevos ricos en los hábitos/costumbres de los viejos ricos, para que pudieran pasar desapercibidos entre ellos.

El manual oficial de los *foodies* menciona dos nuevas adiciones para este género en los EUA: los manuales del yuppie (1984) y el *Fast-Track* para jóvenes profesionales urbanos-. El Yuppie es impulsado por una ambición abiertamente revelada: ser mejor que los “viejos ricos”. Claro que en Gran Bretaña se dice que, no es posible ser mejor que los “viejos ricos”; quienes siempre tienen todo. La revista *Harpers & Queen*, era el crítico autoproclamado de estos asuntos, en opinión del periodista Carter.

En las notas del manual de los *foodies* se subraya que es necesario que concurren varios complementos para apoyar una cultura de los *foodies*: tiendas para la clase alta, transporte rápido para traer productos frescos de la tierra, en la calle consumidores ávidos, tolerantes, bien remunerados; trabajadores mal pagados para hacer la comida: así al conjuro de la magia capitalista, todos estos factores estaban presentes.

El periodismo de los años 80 del siglo xx daba espacios cada vez mayores a las recetas y reseñas de restaurantes. En estos reportajes se aconseja al sujeto en acenso social -trepador obsesionado-, a dar la batalla: a saber la diferencia entre un buen queso y uno malo; uno hecho en una fábrica o en una granja. En conjunto, manuales, revistas y periódicos, introdujeron el temor a ser criticado por no conocer el tema de los alimentos y abrió nuevas áreas potenciales de vergüenza social.

El famoso libro *Chez Panisse Menu Cookbook*, de Alice Waters (1995) se inspira en la señora David. Waters era una joven norteamericana resuelta a cocinar a su manera las recetas francesas reunidas por la periodista inglesa Elizabeth David, pero con ingredientes del norte de California. Al igual que Elizabeth, la señora Waters publica una serie de libros; uno de ellos “El arte de la comida simple” (2007) ya utiliza ideas sobre la comida local y de manera sustentable, estacional; las compras en los mercados de agricultores;

cultivar su hortaliza, conservar, composta y reciclaje. Al parecer las dos autoras llegan a una misma moraleja: la mejor comida es la comida simple, cotidiana.

Sé moderno: ama/adora la comida

Esta tendencia fue considerada por los críticos de la época de los 80 del siglo pasado como una ironía que resulta del culto general y desvergonzado de la gula en los países industrializados, avanzados, justo cuando en Etiopía padecen una hambruna, al igual que el resto de África. Y por supuesto no sólo allá, hay hambre cónica o aguda; 800 millones de personas en el mundo viven con ese constante temor: en estas circunstancias, tiene sentido amar la comida. Los *Foodies*, son "hijos del auge de consumo" que consideran la comida un arte, al mismo nivel que la pintura o el teatro. Es el "*bit art*" que lleva su fetichismo por vía oral, fuera del escenario moral en el que hay una reprimenda ante el espectáculo televisivo de los campesinos demacrados que caminan kilómetros a través de terreno devastado por la sequía. -...solo por comer, vale la pena el viaje;... al igual que un amante de la comida diría sobre un viaje a un restaurante fuera de Francia- (Carter, 1985).

El espectro de Foodismo todavía nos persigue... un artículo de opinión publicado en el New York Times el pasado otoño (2014) lamentó que este Foodismo ha reemplazado al arte como "el signo esencial de pertenencia" a las clases privilegiadas: se ha desarrollado recientemente un elaborado aparato cultural paralelo al que existe para el arte, toda una literatura de la crítica, el periodismo, memorias y el debate teórico. Los medios –los alimentos- se han convertido en los fines.

El contexto mexicano

El pasado mexicano a vuelo de pájaro nos llevaría a pensar en Moctezuma y sus docenas de variedades de platillos que cada día le preparaban, o su pescado fresco traído del Golfo de México; sin olvidar el mercado popular de Tlatelolco⁴. En la época colonial con

⁴ "En el comer, le tenían sus cocineros sobre treinta maneras de guisados, hechos a su manera y usanza, y tenían los puestos en braseros de barro chicos debajo, porque no se enfriasen [...] Cotidianamente le guisaban gallinas, gallos de papada, faisanes, perdices de la tierra, codornices, patos mansos y bravos, venado, puerco de la tierra [jabalí], pajaritos de caña, y de palomas y liebres y conejos, y muchas maneras de aves y cosas que se crían en esta tierra, que son tantas que no las acabaré de nombrar tan presto [...] Dos mujeres le traían tortillas [...] Traíanle frutas de todas cuantas había [...] Traían en unas como a manera de copas de oro fino, cierta bebida hecha de cacao; decían que era para tener acceso con mujeres[...]" (Días del Castillo Bernal. Historia verdadera de la conquista de la nueva España. Porrúa editores. 1998).

seguridad los mejores platillos se cocinaban en los conventos, como las monjas cocineras de Puebla, preparando los chiles en nogada; los curas y obispos antojadizos – o glotonos-. Imposible pasar por alto a nuestra celebre Sor Juana Inés de la Cruz, sus técnicas culinarias y su recetario de postres que -aún se vende en nuestros días-; y para el común del pueblo, los tianguis y mercados. Para no extender demasiado⁵ el tema basta con nombrar al cronista y poeta de la ciudad de México, Salvador Novo; con su historia gastronómica (1967) –un recorrido desde la época colonial hasta mediados del siglo veinte- y su restaurante en Coyoacán, que hasta hace poco preparaba platillos con huitlacoche o chapulines entre otros.

En México sobre todo en la ciudad capital, durante los años 70/80 del siglo xx, crecieron las cadenas de cafeterías y restaurantes, además de las comidas rápidas, hamburguesas y panaderías. Estos negocios dieron un toque de modernidad a la ciudad, con sus grandes ventanales, lámparas vistosas, luces de neón, metales cromados, alfombrados y colores brillantes, gabinetes forrados de plástico y las cubiertas de Formica; las barras de servicio o fuentes de sodas. En todos ellos lo importante era un servicio más o menos rápido, un alimento vistoso con sabores estandarizados, la seguridad del lugar e higiene, un menú único o con poca variación durante el año. Difícilmente la comida podría ser el atractivo principal; eran más un centro de reunión y convivencia, para gente joven con mucho tiempo libre, poco dinero y que podría recibir un trato amable al consumir una soda, té helado, tal vez algún pastelillo y café *at lividum*. Un desayuno y comida económico y de cena unos waffles, hot cakes, panques, bísquets con margarina, miel, maple o mermelada.

La primera década del siglo xxi ha dado lugar al surgimiento de lugares para comer, de todo tipo y tamaño. Este movimiento está acompañado de una filosofía de vida: alimento sabroso /saludable, orgánico, ecológico, sustentable; así como nostalgia por alimentos rústicos, artesanales y paradójicamente las novedades con cierto sentido de arte, clase, educación, conocimiento, redes sociales; además de novedosos lugares de abasto como las tiendas verdes, las despensas a domicilio, el mercado gourmet, alimentos y

⁵ El cocinero mexicano, publicado en 1831, es el recetario más importante de México durante el siglo XIX.

tianguis orgánicos. La televisión ha reproducido y generado programas sobre la preparación de alimentos en los más variados contextos. En la calle han aparecido los *food trucks* (camiones que expenden comida preparada) y en el *facebook* los servicios de chefs a domicilio, las cenas en hoteles boutiques preparadas por un extranjero, para un grupo selecto o reducido de comensales, cosmopolitas. Esto no implica que han desaparecido los anafres con botes de tamales, atoles, las enchiladas, pambazos y los cientos de puestos de tacos que con toda seguridad se seguirán instalando en la entrada de las casas, banquetas, los carritos de comida y las secciones de preparación, venta y consumo de alimentos preparados de los mercados establecidos.

Hoy los restaurantes se esmeran por indicar las sugerencias del chef, los platillos de una región u otra, el menú de bajas calorías, la feria del tamal, las hamburguesas de pollo, pescado, res o vegetariana; el café sin cafeína, con leche deslactosada, expreso, capuchino de cinco sabores y diferentes tamaños. Cada platillo puede tener variedades de presentación y ser adecuado al gusto; estos negocios se esmeran por dar un servicio personalizado.

El gusto, modernidad y posmodernidad

El sociólogo francés Pierre Bourdieu⁶ demuestra que nuestra posición en la sociedad influye mucho en nuestros gustos, ya sea en la comida, la música, el cine o el arte. Argumenta que los gustos "de moda" son una distancia que marca las clases superiores para mostrar su estatus alto, para distinguirse de otras clases. El arte y el consumo cultural están predispuestos, consciente y deliberadamente, o no, para cumplir una función social de legitimación de las diferencias sociales.

El gusto es un elemento paradójico que a la vez que nos permite marcar diferencias, nos vuelve objeto de nuestros juicios sobre los gustos, nos juzgan también. No hay muchos juicios que nos avergüence más que ser juzgados que por no tener buen gusto. Las diferencias de gustos tienen una correlación con las diferencias sociales.

⁶ Bourdieu Pierre. La distinción. Criterio y bases sociales del gusto. Taurus España 1979.

Giles Lipovetsky⁷, filósofo también francés, analiza a la sociedad posmoderna, con temas recurrentes como el narcisismo apático, el hiperindividualismo, la deserción de los valores tradicionales, el hiperconsumo, la indiferencia a la cultura de masas, la abolición de lo trágico, el hedonismo la inmediatez, la pérdida de la conciencia histórica y el descrédito del futuro, la moda y lo efímero, el culto al ocio, la cultura como mercancía, el ecologismo como disfraz y pose social, entre otras.

Lo que desaparece en esta posmodernidad, es esa imagen rigorista de la libertad, dando paso a nuevos valores que apuntan al libre despliegue de la personalidad íntima, la legitimación del placer, el reconocimiento de las peticiones singulares, la modelación de las instituciones en base a las aspiraciones de los individuos. La discontinuidad posmoderna empieza con el proceso de personalización: así resulta posible vivir sin ideal, sin objetivo trascendente, al acecho de su ser y bienestar; vivir en el presente perdiendo todo el sentido de continuidad histórica, vivir para nosotros mismos, sin preocuparnos por tradiciones o posteridad. Se trata de preservar la salud física y psicológica, promulgar el placer sexual como sinónimo de felicidad, el humor; aparece una apatía frívola como síntoma de narcisismo colectivo, masivo.

A partir de los 80 del siglo pasado, dice Lipovesky entramos en la segunda fase de la sociedad de consumo. Se acabó la idolatría al *american way of life* de la casa y coche familiar, los electrodomésticos, las grandes estrellas, héroes y sueños. La cultura posmoderna busca la calidad de vida, pasión por la personalidad, sensibilidad ecologista, abandono de los grandes sistemas de sentido, culto de la participación, y de la expresión, moda retro, rehabilitación de lo local, de lo regional, de determinadas creencias y prácticas tradicionales. No se trata de un consumo pasivo; es la reproducción aumentada del principio de las singularidades.

El proceso de personalización ha promovido y encarnado masivamente un valor fundamental, la realización personal, el respeto a la singularidad subjetiva, a la personalidad incomparable sean cuales sean las nuevas formas de homogeneización. Por supuesto que el derecho a ser íntegramente uno mismo; disfrutar al máximo de la vida es inseparable de una

⁷ Lipovetsky Guilles. La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo. Editorial Anagrama. Barcelona 1983.

sociedad que ha elegido al individuo libre como valor central, manifestación última de la ideología individualista. Pero es la transformación de los estilos de vida unida a la revolución del consumo lo que ha permitido ese desarrollo de los derechos y deseos del individuo; vivir libremente sin represiones, escoger íntegramente el modo de existencia de cada uno.

Reflexiones finales

Bourdieu analiza a la sociedad, en el espacio social y muestra los elementos que pueden hacer la dinámica entre los diferentes grupos sociales. Lipovestky también en esos años anunciaba el fin de la sociedad moderna, así como la llegada de una era del vacío. Si bien ambos consideran el consumo como variable importante de su análisis, Bourdieu introduce un indicador específico, el gusto. Por su parte Lipovestky coloca al individuo en el centro del análisis.

La propuesta de Víctor Turner⁸ es complementaria y articula ambas propuestas teóricas, pues el lugar/tiempo liminal⁹ es parte de la dinámica entre los grupos sociales y puede identificar a ese individuo con tanto detalle como lo muestra la propuesta de Lipovestky, pero dentro de ese espacio/tiempo liminal. El individuo que analiza lipovestky, ha quedado sin status social, sin pasado y sin futuro, al menos mientras dura ese tránsito liminal. En ese tiempo/espacio liminal se localizan los *foodie*, los indie, gafapastas, retros, hípsters; así que este espacio liminal es un verdadero túnel que da cabida a un sinnúmero de subculturas.

En el contexto internacional el movimiento de los *foodies* coincide con el inicio de la administración Regan, así como toda esa campaña de impulso de las clases medias por medio de la serie de manuales y libros. Abiertamente Regan promueve una recuperación del *american way of life*, de abundancia y consumo individualizado; tal vez nadie leyó y

⁸ Turner Víctor. Pasos, márgenes y pobreza: símbolos religiosos de la communitas. En: Dramas, fields, and metaphores. Cornell University Press. 1974. El concepto de liminalidad fue propuesto inicialmente por Arnold Van Gennep.

⁹ Liminal, puede entenderse como umbral; es un espacio/tiempo que separa y divide, ya sea una habitación a otra, un estatus social de otro, etcétera. Por ejemplo, un tesista está en un espacio/tiempo liminal: ya no es estudiante y tampoco es un profesional. El tiempo/espacio liminal puede ser corto, largo, o permanente.

comprendió mejor a Bourdieu que la administración Regan –claro, a su manera y conveniencia: impulsar el mercado y el consumo.

Otra coincidencia de interés es la situación mundial en el momento en que Elizabeth David publicó sus libros, fue la posguerra; tiene entonces gran valor social hablar de buena comida, cuando la mayoría pasaba hambre en Europa. Así mismo cuando aparece el manual del *foodie*, Etiopía y varios países africanos estaban en situación de hambruna. En México por primera vez se ha reconocido oficialmente que el hambre y la inseguridad alimentaria son un problema grave que padece buena parte de la población; en este contexto, paradójicamente, están surgiendo las nuevas propuestas gourmet.

La subcultura *foodies* funciona como legitimación de una identidad con unas bases culturales del gusto, no determinadas por la clase alta; es también el rechazo a los modos, reglas, estructuras, *hábitus* aprendidos del consumo y desprecio o indiferencia a las masas. En su condición liminal, los *foodies* usan su capital educativo para protegerse del rechazo social y agregan valores con base en conocimientos sobre los alimentos: saludables, orgánicos, locales, artesanales y otros. El foodismo es también resultado de un hipermercado, de una cultura posmoderna del hiperconsumo, neoindividualista, que legitima y promueve la identidad personal por medio de la comida, en donde lo importante es ser uno mismo.