

Consumo y gusto posmoderno

-Amantes de la comida-

Gabriel J. Saucedo Arteaga

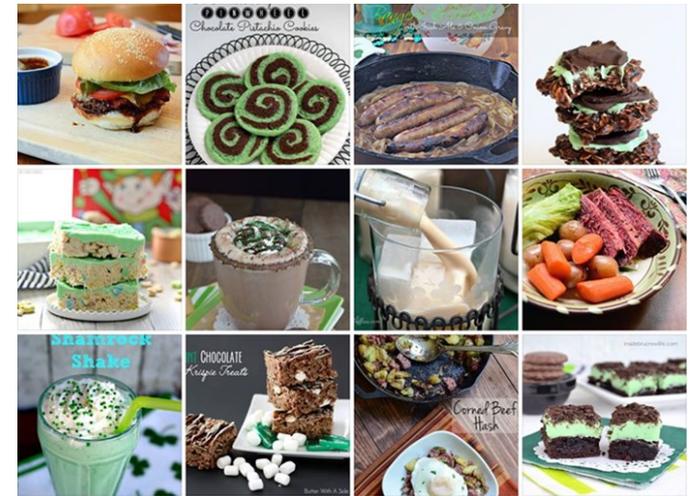
Instituto Nacional de Ciencias Médicas y Nutrición
Salvador Zubirán

Foodies: definición

Aficionados, amantes de la buena mesa; les encanta la 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, industria y personajes que la rodean.

No se dejan llevar por los restaurantes premiados o los más elegantes; rechazan también las cadenas de restaurantes, o servicios de comida rápida; buscan los lugares que tienen la calidad e innovación.

Tienen gusto por viajar y comer lo típico de cada lugar, sin preocuparse demasiado por el costo o la imagen de los platillos.

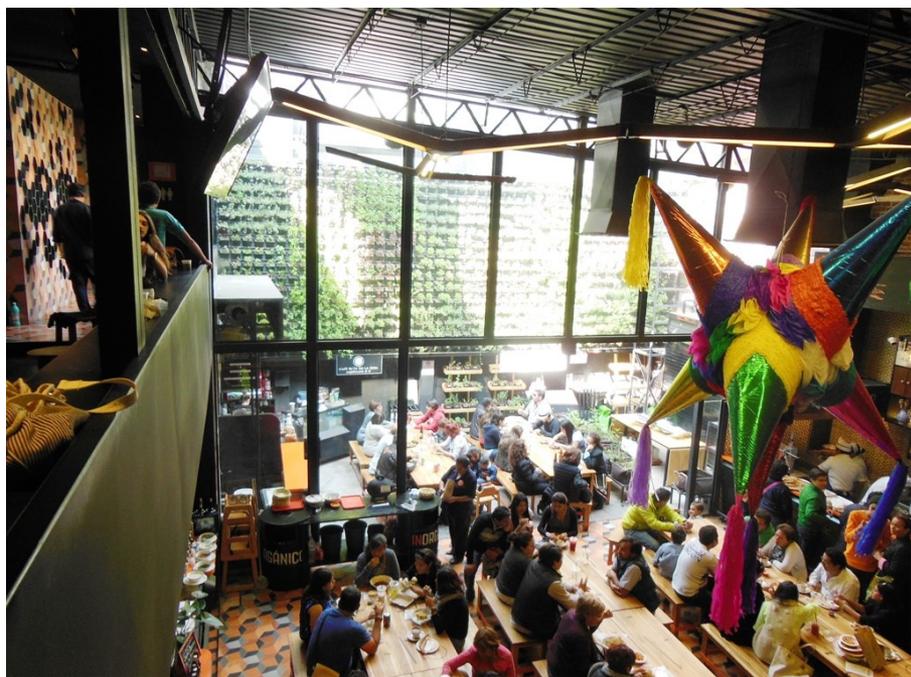


Anthony Bourdain



Chef nómada, comida exótica, peligrosa

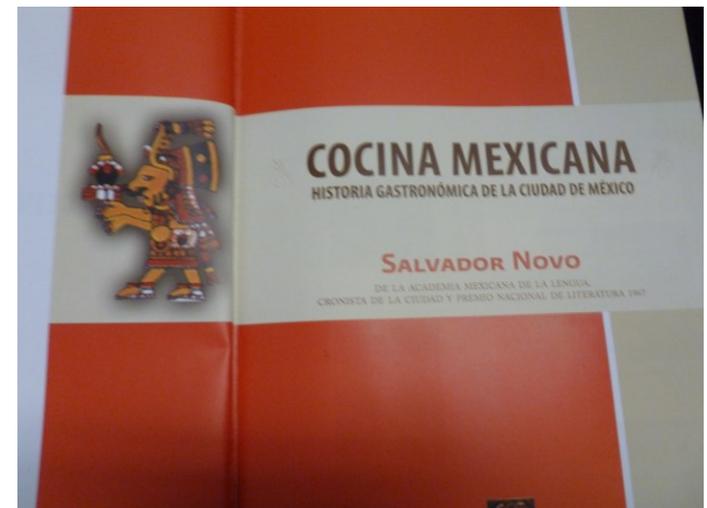




Antecedentes

México un pasado a vuelo de pájaro:

- Moctezuma, sus decenas de platillos, y el pescado fresco.
- Conventos, monjas cocineras, curas y obispos antojadizos.
- Sor Juana Inés de la Cruz, técnicas y recetario de postres
- Salvador Novo, Historia gastronómica CDMEX, 1967
restaurante de platillos mexicanos, en Coyoacán.



¿Un vicio o un arte moderno?

El foodismo alteró el significado cultural de los alimentos mediante la separación del acto de comer, de su innato propósito biológico de llenar.

El foodismo altera las jerarquías de estatus tradicionales en favor de un nuevo medio de clasificación social basado en la idea resbaladiza e indescriptible del " gusto ".

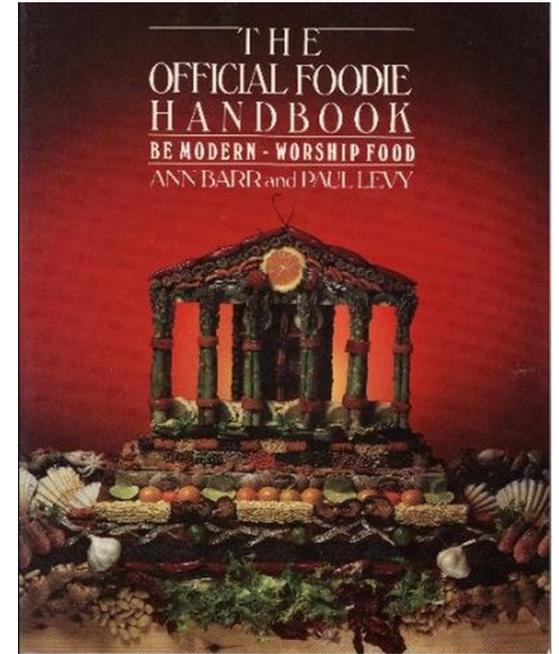
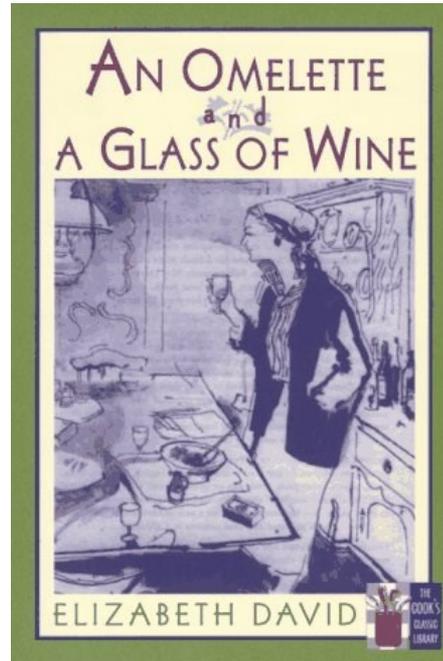
La relación entre comida y arte ha tenido una larga y complicada historia, pero la naturaleza de esta relación está en constante modificación.

Los *foodies* 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 común.

Elizabeth David

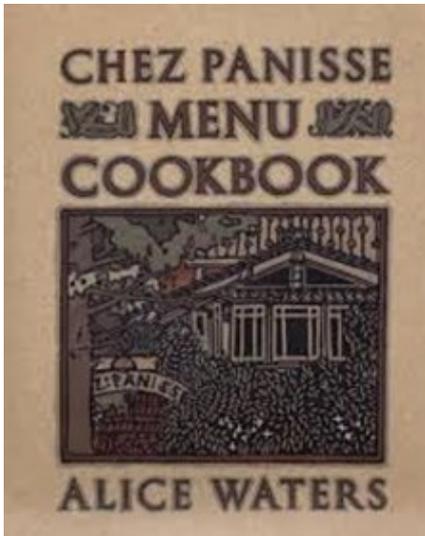


1950- 1984

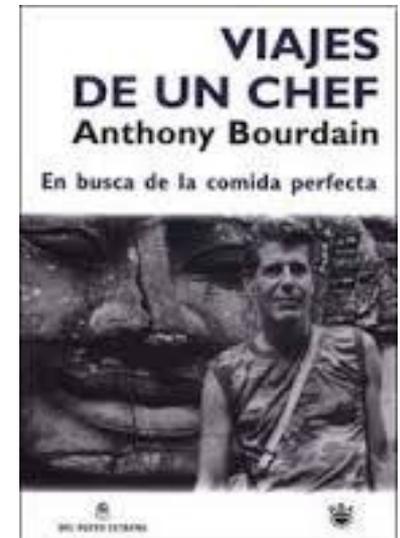
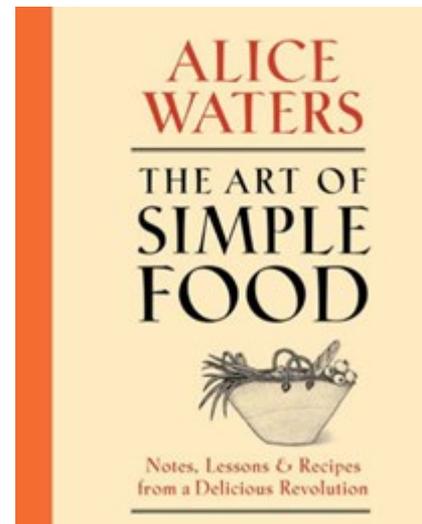


1983

Alice Waters



1995-2007



Contexto político internacional

The American way of life, the 80s
The foodie official manual

Ronald
Regan

Harpers & Queen_ estilo de la nueva sociedad
Britannica.

The official British Yuppie Handbook
Preppy handbook
Fast track project
Sloan ranger

Margareth
Thatcher

-Etiopia y varios países africanos padecen hambre; 800 millones de personas en el mundo.

-En TV, aparece el espectáculo de las migraciones por hambre.

Marvin Harris –antropólogo norteamericano- Vacas, cerdos, guerras y brujas 1974

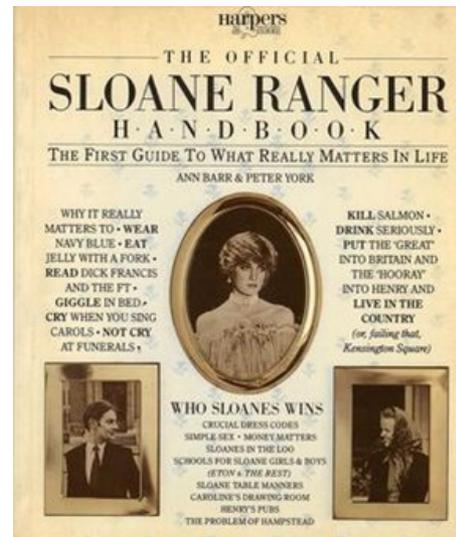
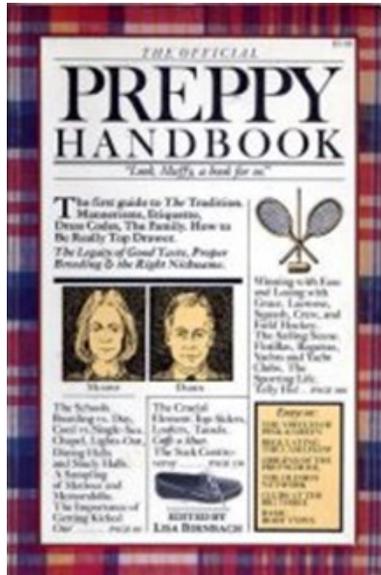
Durante los primeros años del capitalismo se daba mas importancia y prestigio A los que eran mas ricos, que vivían frugalmente.

Cuando las fortunas se hicieron seguras, la clase alta capitalista recurrió al consumo y despilfarro conspicuos, para impresionar a sus rivales con mansiones, vestido elegante, joyas, y hablaban con desprecio de las masas empobrecidas.

Las clases medias y bajas continuaban dando mayor prestigio a quienes trabajaban más, gastaban menos y se oponían al despilfarro y consumo conspicuos.

El crecimiento y capacidad industrial saturaba el mercado; con publicidad y medios de comunicación desarraigaron a case media y baja de sus hábitos vulgares, dejar el ahorro y empezar a comprar y consumir, despilfarrar o gastar cantidades en bienes y servicios cada vez mayores.

Manuales para un estilo de vida y consumo



Las cosas que verdaderamente importan

Críticas periodísticas de la época

Hay una mezcla de desprecio y aprobación hacia los que deseaban imitar a las clases superiores; era un juego que podría ser legítimo; un esnobismo – quienes por petulancia aparentan costumbres /conocimientos sofisticados- sin compromiso moral.

Un manual de etiqueta para una clase nueva emergente. Instruía a los nuevos ricos en los hábitos/costumbres de los viejos ricos, para que pudieran pasar desapercibidos entre ellos.

Manuales, revistas y periódicos, introdujeron el temor a ser criticado por no conocer/tener gusto, el tema de los alimentos abrió nuevas áreas potenciales de vergüenza social.

Teoría: individuo, estructura y espacio social

Pierre Bourdieu: La distinción 1979

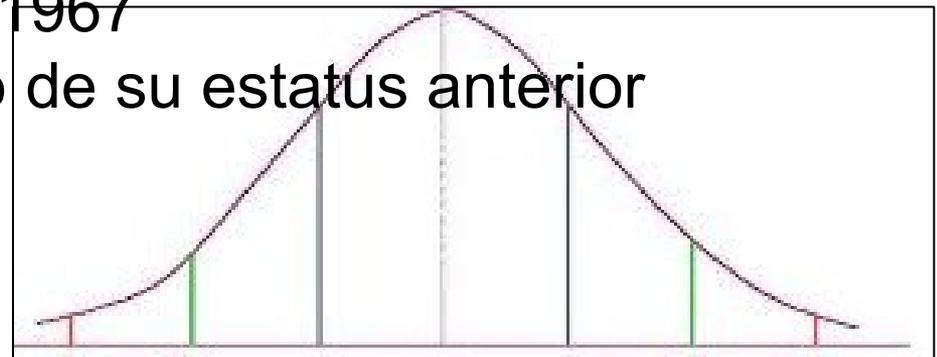
- 1.- Las relaciones de clase no solo son económicas
- 2.- Hábitus –modos de ver, sentir, actuar, APRENDIDOS.
- 3.- Capital: económico, cultural, social, educativo.

Guilles Lipovesky La era del vacío, 1983

- 1.- Posmodernismo
- 2.- Hiperindividuo
- 3.- Hiperconsumo

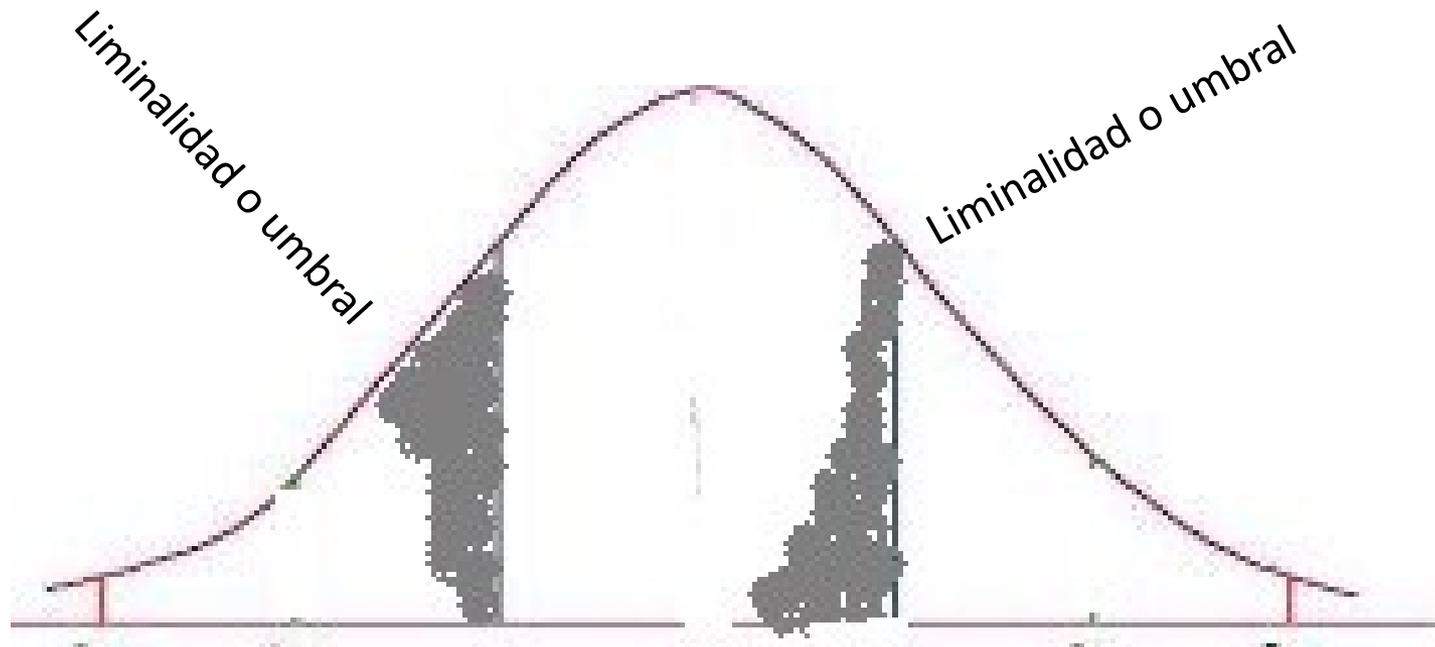
Victor Turner: Rito de paso 1967

- 1.- Separación del individuo de su estatus anterior
- 2.- Liminal, umbral
- 3.- Agrupación, comunitas



Mercado liminal, cultura posmoderna y subculturas

Bourdieu, Lipovetsky y Turner



El gusto, el individuo y el lugar/tiempo

Foodies, hiperconsumo e hiperindividuos,

Modernidad / posmodernidad hiperindividuo, hiperconsumo. Lipovetsky

Analiza a la sociedad [posmoderna](#), con temas recurrentes como el narcisismo apático, el hiperindividualismo, la deserción de los valores tradicionales, la hipermodernidad, 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.

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.

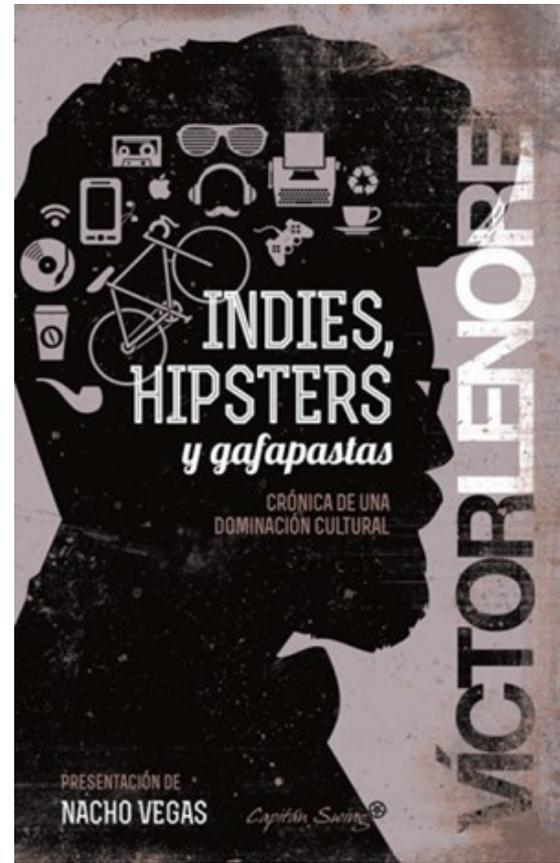
No se trata de un consumo pasivo; es la reproducción aumentada del principio de las singularidades.

Comentarios finales

-Los foodies parten de unas bases culturales del gusto, no determinadas por la condición de clase; mas bien es el rechazo a los modos, reglas, estructuras, hábitos aprendidos del consumo. –Indiferencia a las masas-

-En su condición liminal, usan su capital educativo para protegerse del rechazo social y agregan valores con base en conocimientos sobre los alimentos: saludables, orgánicos, locales, etc.

-Es el resultado de un mercado liminal, alternativo y de una cultura posmoderna del hiperconsumo, neoindividualista; que legitima la identidad personal por medio de la comida, en donde lo importante es ser uno mismo.



*indie*FOOD
sustentabilidad gourmet | marzo 2015