



Lúculo desencadenado

Descripción

Alguien caracterizó una vez al ser humano como un animal que guisa. O sea, un animal que refina su ingesta de otros animales -o de distintas especies vegetales- y convierte así un acto banal dentro de la cadena trófica en un contenido de cultura. Desde ese punto de vista, podríamos contemplar el actual protagonismo de la gastronomía en la cultura de masas como un salto evolutivo. Aunque también habrá quien, enfrentado al protagonismo televisivo de un *chef* estrella, opine que nos encontramos más bien ante una desadaptación a gran escala que anuncia el ocaso de la civilización.

Naturalmente, no conviene exagerar. Pero no cabe duda de que hay algo llamativo en la manera en que lo *foodie* se ha convertido en signo destacado de nuestro tiempo. Desde luego, no es un fenómeno del todo nuevo. El mismísimo Michel de Montaigne, allá por la segunda mitad del siglo XVI, anticipaba la alianza entre retórica y gastronomía cuando describía su charla con el mayordomo italiano de un cardenal: «Me ha pronunciado un discurso sobre el arte de la comida con gravedad y gesto magistrales, como si me hablara de algún punto importante de teología». Entre otras cosas, destaca como si escribiera hoy mismo, el mayordomo le ilustraba sobre el arte de la administración de las salsas o las diferencias entre ensaladas según la estación. Pues bien, se diría que ahora, en la sociedad del espectáculo, todos somos ese mayordomo.

Y es que hemos asistido en los últimos años a una exacerbación de la gastronomía y lo gastronómico que ha desbordado todos los límites imaginables. Es claro que la comida nunca ha sido sólo comida: debido a su centralidad antropológica y al hecho de que satisface un apetito del que pueden derivarse placeres animales, la cocina ha entretenido desde siempre nuestras conversaciones y dado lustre a más de una rememoración. Ésta solía ser dolorosa allí donde el subdesarrollo dejaba su sello: los alemanes de distintas épocas han soñado con una *Schlaraffenland*, o utopía caracterizada por la abundancia infinita de alimentos, un poco a la manera en que nuestro Carpanta se imaginaba en la posguerra pollos asados cuando paseaba por Madrid. Pero en la era de la abundancia, habiendo pasado España de la cartilla de racionamiento a la consulta compulsiva de Trip Advisor, la comida se ha convertido en una de las bellas artes. O mejor dicho, en la enésima. Porque la comida no ha hecho sino caer inevitablemente bajo la influencia de los procesos de mercantilización y estetización propios de la tardomodernidad.

Esto significa, entre otras cosas, que se produce una hiperdiferenciación de la oferta que convive con eso que Marx llamaba el fetichismo de la mercancía: con la salvedad de que en este caso la mercancía es un cocido maragato acompañado de literatura. Si somos más precisos, de hecho, el capitalismo contemporáneo ofrece menos el cocido maragato *eo ipso* que la experiencia del cocido maragato. Y juega así hábilmente -menos «el capitalismo», claro, que sus actores individuales- con la propensión humana a recrear y anticipar, a disfrutar, en fin, del recuerdo y la proyección más que del tiempo presente. Si Warhol dijo agudamente que el sexo es la nostalgia del sexo, la comida es también la nostalgia de la comida; si bien ésta tiene respecto de aquel la ventaja de que entre nosotros y una burrata no hay lugar para los malentendidos ni el sentimentalismo. Aunque siempre puede uno pelearse con el camarero.

Hiperdiferenciación significa que existe una oferta variadísima a todos los niveles, desde la procedencia regional del restaurante hasta el tipo de establecimiento donde podemos hacer la compra: mercados tradicionales debidamente reformados, espacios *gourmet*, supermercados ecológicos, tiendas de comercio justo, ultramarinos familiares, grandes cadenas. Y estetización quiere decir que la comida y, sobre todo, la experiencia gastronómica son sometidas a un

modo de representación que posee una finalidad embellecedora, abstrayendo por completo el producto culinario de su función y convirtiéndolo en un fetiche que confiere prestigio a quien lo consume. En este caso, no hablamos de la bandeja de pollo que compramos en el hipermercado, sino de la panoplia infinita de platos que consumimos en cualquier lugar del mundo o nos atrevemos a reproducir en casa. Surge así toda una gramática que va de lo tradicional a lo cuqui, del festival de tapas eróticas al minimalismo nórdico, de la recuperación de las tabernas al gintonic de fresa. Se incurre así en un riesgo que recuerda al que denunciara Camba para la cocina francesa, devorada a su decir por la literatura culinaria hasta el punto de convertirse ella misma en «una cocina exclusivamente literaria ... donde los condimentos adjetivos predominan sobre los alimentos substantivos». ¡Si don Julio levantara la cabeza!

Este tránsito de la función desnuda al barroquismo expresivo encuentra un espacio privilegiado de autorrepresentación en *webs* y redes sociales. Por una parte, allí donde los usuarios dejan noticia de su experiencia y suministran una señal de mercado que servirá a otros usuarios, preferiblemente a través de una calificación razonada que se ha convertido en la pesadilla de los sumillers. Por otra, en aquellos espacios digitales donde dejamos un registro biográfico, en el bien entendido de que hemos pasado a tener experiencias que contar a buscar aquellas experiencias cuyo relato sirve a la construcción de nuestra imagen pública. Si la comida ocupa un lugar fronterizo entre las esferas pública y privada, su publicidad constante la ancla firmemente en la primera y contribuye así al desdibujamiento de una distinción cada vez menos firme. A fin de cuentas, las democracias son regímenes de opinión y lo único que nos faltaba para ratificarlo era la profusión de canales comunicativos donde cada uno pueda dejar la suya. La multiplicación de las pantallas conduce así a una representación hipertrofiada de lo culinario que está punto de marcar la transición al manierismo: una copa de balón más con cáscara de naranja decorada en forma de espiral ascendente y no habrá marcha atrás.

Huelga decir que esta hinchazón capitalista ofrece todas las ventajas de la hinchazón capitalista, a saber, una oferta variadísima en precios y estilos de la que como consumidores sólo podemos beneficiarnos. Al mismo tiempo, la globalización se hace presente, a la vez fascinante y banal, sobre nuestros manteles; las viejas virtudes civilizatorias del comercio, cantadas por los ilustrados, se hacen pues aquí visibles. Simultáneamente, la industria más potente del mundo conduce a la recuperación -dígase «reinención»- de las gastronomías locales: el deseo de adornar la oferta turística propia, distinguiéndola de ajena, intensifica el proceso de diferenciación, convirtiendo de paso la cocina del pobre en fuente de riqueza y orgullo emprendedor. Si hemos de aguantar a cambio que un cocinero estrella haga las veces de filósofo, bien podemos pagar ese precio. Es verdad que este proceso amenaza con eliminar lo que quedaba de autenticidad en los fogones, a pesar de la paradójica recuperación turística de las esencias locales. Pero no hay que olvidar que la globalización implica precisamente una creciente desterritorialización de la cultura, producida ésta cada vez más al margen de las características geográficas: por algo los carlistas se rebelaron contra las patatas venidas del continente americano. Más aún, la amplitud de la oferta garantiza que los restaurantes populares no desaparecerán del todo, de manera que las distintas concepciones del bien culinario -por adjetivar un sintagma de uso frecuente en la filosofía política- pueden realizarse simultáneamente sin desdoro de la libertad de elección.

Ahora bien, el nuevo protagonismo de lo gastronómico no podía dejar de tener su reflejo político. Tanto los modos de producción como los de consumo caen ahora bajo la órbita de la resistencia anticapitalista o, en un sentido más amplio, forman parte integral de las formas de vida que se presentan como alternativa a las dominantes. No en vano, la producción de subjetividades o modos de ser depende en buena parte de los discursos e imágenes en circulación en cada momento sociohistórico; de ahí que la esfera de lo gastronómico no pudiera quedar excluida del entretenido juego biopolítico de nuestros días. Si somos lo que comemos, como dejó escrito el filósofo alemán Ludwig Feuerbach, comamos otra cosa para ser algo distinto. Tal podría ser la divisa de anticapitalistas, nacionalistas y tradicionalistas, así como de quienes simplemente buscan el *cool* fuera de los circuitos mayoritarios. De este modo, unos deploran el sistema industrial de producción cárnica y otros elogian la comida ecológica o defienden el veganismo como la opción ética más justa ante el sufrimiento animal, mientras el imperio declinante de la *fast food* encuentra oposición en el movimiento *slow food* que defiende el disfrute reposado de los ingredientes locales.

Tiene su lógica que la creciente politización de la vida cotidiana, comenzada en las vanguardias y radicalizada por los movimientos sociales de los años 60, cuyas ramificaciones teóricas abarcan desde Gramsci a Débord, alcanzase también a una dimensión tan central -de puro infraestructural- de la vida social. Allá donde llega el mercado, podríamos decir también, llega la resistencia al mercado en sus distintas formas; una dialéctica creativa que

podemos considerar intrínseca a los propios procesos de mercado, al igual que sucede con las trampas que -desde la compraventa local a los derivados financieros- constituyen su sombra inevitable. También los disidentes comen, por lo demás: la frugalidad parece universalmente abandonada, salvo para una minoría que encuentra en ella una forma de protesta que además adelgaza. Y es que pocas cosas nos vinculan más directamente con el pasado profundo de la animalidad que ingerir nuestra comida. A este respecto, recordemos que las huelgas de hambre nunca han perdido del todo vigencia como forma última de protesta, restituyendo con ello al cuerpo su fuerza simbólica en plena efervescencia tecnológica.

En suma, podemos reformular la descripción del ser humano como animal que guisa para incluir en ella todo aquello que comporta la elaboración culinaria de nuestro sustento: desde el guiso mismo al conflicto religioso sobre los alimentos impuros, pasando por la mercantilización de las habilidades gastronómicas y la publicidad de la experiencia del comensal, hasta llegar al desarrollo de la *food politics* que somete todo ello a crítica ideológica. Nuestra época, contrariamente a las fantasías futuristas que nos veían a estas alturas reducidos al consumo de pastillas vitamínicas, ha alcanzado un cierto paroxismo gastronómico: para bien y para mal. Sólo cabe disfrutarlo. Buen provecho.

Fecha de creación

19/03/2016

Autor

Manuel Arias Maldonado

Nuevarevista.net