



# Miradas gastronómicas

Pablo Martínez Lozada

AL CONVOCAR A UN NÚMERO DE REVISTA DEDICADO A LA GASTRONOMÍA, lo más fácil hubiera sido caer en la tentación de acudir al camino probado del hecho gastronómico como asunto del arte, que tantos aciertos ha producido: del bodegón a las instalaciones de Jennifer Rubell; de la representación literaria del hambre (motivo recurrente de la picaresca española) al retrato de la opulencia en Petronio; del horror de *La gran comilona* a la celebración de *El festín de Babette*; del magnífico corrido “El mole poblano”, de Juan S. Garrido, al menos magnífico ballet “Crema batida”, de Richard Strauss. Bastaría entonces contactar a diez amigos escritores, pedir que describieran lo que les gusta comer y sentarse a esperar resultados: una reunión de sibaritas que no interesaría a nadie más que a los autores y sus cocineros.

La discusión en torno a la elaboración y consumo de alimentos, empero, tiene un potencial mucho más rico, en cuanto tomamos en cuenta los mayores contextos en que se realizan estas actividades: ésa es precisamente la discusión que buscamos animar en este número. Así, más allá de su consideración como nutrimento, conviene analizar la comida y sus entornos desde ángulos como los siguientes:

1. *La comida es cultura e identidad.* Si la infatigable Diana Kennedy se ha quejado de que pocos antropólogos de hoy sepan de gastronomía es por una razón simple: pocas cosas definen y traicionan con tanta claridad el ser profundo de cualquier comunidad humana como lo que cocinan y comen. Así, y a partir de la premisa de que ningún discurso es inocente,



Partitura de “El mole poblano”,  
letra y música de Juan S. Garrido, México, 1976



Sarah Bak-Geller Corona estudia la historia de los recetarios mexicanos desde su papel en la construcción de una identidad nacional. Si bien a menudo son los otros quienes nos definen por nuestra peculiaridad gastronómica (en apelativos como *beaner* o el bonito *taco eaters* que usó aquel sheriff de Carolina del Norte, que si lo pensamos no está muy lejos de los “comedores de inmundicias” que sitian la Cartago de Flaubert), es la autodefinición, de la mano de la tradición y la memoria, la que tiende a calar más hondo al considerar el alimento como seña de identidad. Como demuestra Tanya Huntington, la nostalgia por algo que da miedo clasificar como alimento ha sido fundamental en la reacción alarmada ante la noticia de la desaparición del Twinkie en Estados Unidos. Y ya que hablamos de tradición...

2. *La comida es formación y ética.* La imagen que conservamos de la educación espartana, basada en la moral de la frugalidad en todos aspectos de la vida, es inseparable de recuentos sobre una dieta alejada de todo hedonismo, como la recrea Guillermo Espinosa Estrada. Por su parte, la añorada antropóloga, chef y editora Victoria Schussheim arranca de la premisa de que conocer toda clase de sabores es formar parte de un diálogo cultural y desprende un asombroso corolario: enseñar a los niños a apreciar la comida es hacer de ellos mejores ciudadanos.

Sin embargo, cuando hoy hablamos de ética y comida casi se da por sentado que nos referimos al vegetarianismo y a la adquisición de alimentos de comercio justo. La defensa de la dieta vegetariana ha estado ligada a varias formas de activismo, incluido, como apunta Llamil Mena Brito, aquel que se vincula

con expresiones musicales como el rock. Otra mirada ética necesariamente pasa por el examen de la gula y de su forma más pura: la embriaguez. Al carecer de cualquier beneficio alimentario (digan lo que digan los defensores del vino tinto como parte de la dieta mediterránea), la industria del alcohol se coloca cómodamente en los anaqueles del lujo, y ahí se vale de complejos discursos para su descripción, calificación y tasa. Sobre esos discursos habla Gerardo Lammers, otrora editor de una revista enológica. Y hablando de lujos...

3. *La comida es negocio.* Tanto en el nivel de subsistencia como en el de derroche, el negocio restaurantero combina de manera ejemplar la venta de productos y servicios. No sólo ofrece alimentos y bebidas, sino la idea de su mezcla ideal, el nombre del autor del menú, el ambiente que propicia la lectura o la conversación (como en las fondas que persigue Jesús Vicente García) o el ligue o la firma de un contrato millonario. La cocina de autor ciertamente no es invención de nuestro siglo, pero la combinación de la televisión “de realidad”, la crítica gastronómica y la afición por todo lo que suene a estrellato ha privilegiado en muchas ocasiones el *glamour* sobre la sustancia, como bien describe Julieta López Olalde. Y la mezcla de producto, servicio y ambiente hace del restaurante el perfecto laboratorio para estudiar el fenómeno de la propina, cuya sociología esboza Héctor Vera.

Los enfoques, pues, son múltiples. Esperamos que los lectores de *Casa del tiempo* hallen en este número el pretexto para replantear su relación (personal, familiar, cultural) con la comida y sus contextos. Y que aproveche. ▀