

deSignis | HORS
SERIE 03

Cocina, gusto, identidad

Coordinado por Francesco Mangiapane, Carina Perticone e Ilaria Ventura Bordenca



COMITÉ PATROCINANTE: ARGENTINA: Tomás Maldonado† (Politécnico de Milán MIP), Eliseo Verón† (Universidad de San Andrés UDESA); BÉLGICA: Jean-Marie Klinkenberg (Universidad de Lieja ULIEJE); ESPAÑA: Román Gubern (Universidad Autónoma de Barcelona UAB); FINLANDIA: Eero Tarasti (Universidad de Helsinki HY/HU); ITALIA: Umberto Eco† (Universidad de Bolonia UNIBO), Paolo Fabbr† (CCIS-Universidad de Urbino UNIURB); PERÚ: Desiderio Blanco (Universidad de Lima ULIMA) †.

COMITÉ DE REDACCIÓN: ARGENTINA: Gastón Cingolani (Universidad Nacional de las Artes), María Teresa Dalmaso (Universidad Nacional de Córdoba UNC), Lucrecia Escudero Chauvel (Universidad Nacional de Rosario UNR), Claudio Guerri (Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo Universidad de Buenos Aires UBA), Guillermo Olivera (Universidad de Stirling, Reino Unido), Oscar Steimberg (Universidad Nacional de las Artes UNA); BRASIL: Clotilde Pérez (Universidad de San Pablo USP), Mónica Rector (Universidad North Carolina UNC), María Lucía Santaella (Pontificia Universidad Católica de Sao Paulo PUCSP); COLOMBIA: Armando Silva (Universidad del Externado UE); CHILE: Rafael del Villar (Universidad de Chile UC), Elizabeth Parra (Universidad de Concepción UDEC); ESPAÑA: Charo Lacalle (Universidad Autónoma de Barcelona UAB), Cristina Peñamarín (Universidad Complutense de Madrid UCM), José María Paz Gago (Universidad de La Coruña ULC), Carlos Scolari (Universidad Pompeu Fabra UPF), Teresa Velázquez García-Talavera (Universidad Autónoma de Barcelona UAB); MÉXICO: Alfredo Tenoch Cid Jurado (Universidad Autónoma de México- Xochimilco), Lydia Elizalde (Universidad Autónoma del Estado de Morelos UAEM); PUERTO RICO: Eliseo Colón Zayas (Universidad de Puerto Rico UPR); REPÚBLICA ORIENTAL DEL URUGUAY: Fernando Andacht (Universidad de la República, UR); REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA: Rocco Mangieri (Universidad de Los Andes ULA)

COMITÉ CIENTÍFICO: Winfried Nöth (Universidad de Kassel UK, Alemania), Herman Parret (Universidad Católica de Lovaina KULeuven, Bélgica), Yong Xiang Wang (Chinese Semiotics Studies, China), Carmen Bobes (Universidad de Oviedo UNIOVI, España), José Romera Castillo (UNED, España), Manuel Ángel Vázquez Medel (Universidad de Sevilla US, España), Anne Henault (Université de Paris Sorbonne, Francia), Jacques Fontanille (Université de Limoges UNILIM, Francia), Erik Landowski (Centre National de la Recherche Scientifique CNRS, Francia), Patricia Violi (Universidad de Bolonia UNIBO, Italia), Oscar Quezada Macchiavello (Universidad de Lima UL, Perú), Paul Colby (Middlesex University MDX, Reino Unido), Bernard McGuirk (Universidad de Nottingham NTU, Reino Unido), Greg Philo (Universidad de Glasgow UG, Reino Unido), José Enrique Finol (Universidad del Zulia LUZ).

COMITÉ ASESOR: ALEMANIA: Stephanie Averbek-Lietz (Universidad de Bremen UB) ; AUSTRIA: Jörg Türschmann (Universidad de Viena UNIVIE); ARGENTINA: Betty Amman (Universidad Nacional de Córdoba UNC), Mario Carlón (Universidad de Buenos Aires UBA), Olga Corina (Universidad Nacional de Rosario UNR), José Luis Fernández (Universidad de Buenos Aires UBA), Susana Frutos (Universidad Nacional de Rosario UNR), María Ledesma (Universidad de Buenos Aires UBA), Isabel Molinas (Universidad Nacional del Litoral UNL), Gabriela Simón (Universidad Nacional de San Juan UNSJ), Marita Soto (UNA), Sandra Valdetaro (Universidad Nacional de Rosario UNR);BOLIVIA: Víctor Quelca (Universidad Autónoma Gabriel René Moreno UAGRM); BRASIL: Ana Claudia Alves de Oliveira (Pontificia Universidad Católica de São Paulo PUCSP PUC SP), Luiz Carlos Assis lasbeck (Universidade Católica de Brasília UCB), Beth Brait (Pontificia Universidad Católica de São Paulo PUCSP), Heloisa Duarte Valente (Universidad de São Paulo), Yvana Fechine (Pontificia Universidad Católica de São Paulo PUCSP), Irene Machado (Universidad de São Paulo SP), Eufrasio Prates (Universidad de Brasília UB), Darcilia Simoes (Universidad Estadual de Rio de Janeiro UERJ); BULGARIA: Christian Bankov (Universidad de Sofia US); COLOMBIA: María Cristina Asqueta (Uniminuto), Gladys Lucia Acosta Valencia (Universidad de Medellín UDEM), Andrea Echeverri (Universidad de los Andes UA), Douglas Nino (Universidad Jorge Tadeo Lozano UJTL), Claudia Maya (Universidad de Medellín UDEM), Eduardo Serrano (Universidad del Valle UNIVALLE), Álvaro Góngora (Universidad Javeriana UJ); CHILE: Rubén Ditrus (Universidad Central de Chile UCC), María José Contreras (Pontificia Universidad Católica de Chile PUC), Paulina Gómez Lorenzini (Pontificia Universidad Católica de Chile PUCU), Jaime Otazo (Universidad de La Frontera UFRO), Héctor Ponce de la Fuente (Universidad de La Frontera UFRO), Claudio Cortés (Universidad de Chile UC), Carlos del Valle (Universidad de La Frontera UFRO); ECUADOR: Jorge Andrés Díaz (CORDICOM), Alberto Pereira Valarezo (Universidad Central del Ecuador UCE); ESPAÑA: Eva Aladro (Universidad Complutense de Madrid UCM), Ricardo Carniel Buggs (Universidad Autónoma de Barcelona UAB), Pilar Couto (Universidad de A Coruña ULC), Héctor Fouce (Universidad Complutense de Madrid UCM), Rayco González (Universidad de Burgos UBU), Asunción López Varela (Universidad Complutense de Madrid UCM), Miguel Martín (GESC, Madrid), José María Nadal (Universidad del País Vasco UPV), José Manuel Pérez Tornero (Universidad Autónoma de Barcelona UAB), Félix Ríos (Universidad de La Laguna ULL), Raúl Rodríguez (Universidad de Alicante UA), Vanessa Sainz (Universidad Complutense de Madrid UCM), Marcello Serra (GESC, Madrid), Santos Zunzunegui (Universidad del País Vasco UPV); FRANCIA: Luca Acquarelli (Universidad de Lille), Juan Alonso (SciencesPo), Claude Chabrol (Universidad Sorbonne Nouvelle), Patrick Charaudeau (Universidad de Paris XIII), François Jost (Universidad Sorbonne Nouvelle), Guy Lochar (Universidad de Paris VIII), Marta Severo (Universidad de Nanterre); REINO UNIDO: Alexandra Campos (Universidad de Nottingham UN); ITALIA: Paolo Bertetti (Universidad de Siena UNISI), Patrizia Calefato (Universidad de Bari UNIBA), Massimo Leone (Universidad de Torino UNITO, Universidad de Shanghai SHU), Anna Maria Lorusso (Universidad de Bolonia UNIBO), Giovanni Manetti (Universidad de Siena UNISI), Gianfranco Marrone (Universidad de Palermo UNIPA), Roberto Pellerrey (Universidad de Génova UNIGE), María Pía Pozzato (Universidad de Bolonia UNIBO); MÉXICO: Jacob Bañuelos (Instituto Tecnológico de Monterrey Campus Ciudad de México ITM CCM), Alberto Betancourt (Universidad Nacional Autónoma de México UNAM), Carmen de la Peza (Universidad Autónoma Metropolitana UAM – X), Roberto Flores (Instituto Nacional de Antropología e Historia INAH), Tanius Karam (Universidad Autónoma de la Ciudad de México, UACM), Raymundo Mier (Universidad Autónoma Metropolitana UAM X), María Eugenia Olavarriá (Universidad Autónoma Metropolitana UAM – A), Marta Rizo García (Universidad Autónoma de la Ciudad de México, Silvia Tabachnik (Universidad Autónoma de México UAM); PERÚ: José David García Conto (Universidad de Lima UNILIMA), Celia Rubina Vargas (Pontificia Universidad Católica de Perú PUCP); PUERTO RICO: Silvia Álvarez Curbelo (Universidad de Puerto Rico UPR); REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA: Luis Javier Hernández (Universidad de Los Andes ULA), Alexander Mosquera (Universidad del Zulia. LUZ), Dobrila de Nery (Universidad del Zulia LUZ) RUSIA: Inna Merkoulova (Universidad Estatal Académica de Humanidades, Moscú).

DIRECCIÓN: Lucrecia Escudero Chauvel (Universidad Nacional de Rosario UNR, Argentina)

SUBDIRECCIÓN: Teresa Velázquez García-Talavera (Universidad Autónoma de Barcelona, UAB, LAPREC, España)

DIRECTOR EJECUTIVO: Gastón Cingolani (Universidad de las Artes, UNA, Argentina); Pablo Porto López (Universidad de Buenos Aires, UBA; Asistente técnico <pabloportolopez@gmail.com>

COMITÉ DE EDICIÓN: María Teresa Dalmaso (Universidad Nacional de Córdoba UNC – CEA, Argentina), directora; Eliseo Colón Zayas (Universidad de Puerto Rico UPR), codirector

SECCIÓN PERSPECTIVAS: Mariano Dagatti (CONICET – Universidad de San Andrés, Argentina), <onairamdagatti@gmail.com>

SECCIÓN LECTURAS: Miguel Martín (GESC Universidad Complutense de Madrid, UCM, España), <kmiguelmartink@gmail.com>

SECRETARÍA DE REDACCIÓN: Cristina Peña Marín (Universidad Complutense de Madrid, UCM, España), Guillermo Olivera

SECRETARÍA: Sebastián Gastaldi (Universidad Nacional de Córdoba UNC – CEA, Argentina), <comiteeditorialdesignis@gmail.com>

SECRETARÍA FINANCIERA: Verónica Luz Báez (LAPREC-UAB, España), <veronicalunabaez@gmail.com>

TRADUCCIONES: Carolina Casali (CEA Universidad Nacional de Córdoba UNC, Argentina) <coordinadora, carocasali84@gmail.com>

DIRECTOR DE MEDIOS DIGITALES: Sebastián Moreno Barreneche (Universidad ORT, Uruguay), <Sebamoreno87@outlook.com>

ASISTENTE TÉCNICO: André Peruzzo (Universidad de Sao Paulo USP, Brasil), <info@designisfels.net

WEBMASTER: Iria Caballero Ullate <www.designisfels.net> sobre un concepto de Horacio Weinhouse

deSignis | HORS
SERIE 03

Cocina, gusto, identidad
Cuisine, taste, identity

—
Coordinado por / Edited by:

Francesco Mangiapane, Carina Peticone e Ilaria Ventura Bordenca

RELACIONES EDITORIALES: Sandra Valdetaro (Universidad Nacional de Rosario UNR, Argentina), <sandra.valdetaro@gmail.com>

RELACIONES INSTITUCIONALES: José María Paz Gago (Universidad A Coruña)Presidente Consejo científico de FELS, Director; <jose.maria.paz.gago@ucd.es>; Asistentes María del Carmen Galán (Universidad de Zacatecas, México), vicepresidenta FELS; Bruno Pompeu (USP, Brasil); Rafael Orlandini (USP, Brasil).

Prodotto realizzato con fondi dell'Ateneo di Palermo (Misura C) / Producto realizado con fondos de la Universidad de Palermo, Italia (Misura C).



Università
degli Studi
di Palermo



DISEÑO GRÁFICO Y PRODUCCIÓN: Iria Caballero Ullate (Pan de Molde). Sobre un concepto de Horacio Wainhaus.

ISSN PAPEL: 1578-4223

ISSN DIGITAL: 2462 – 7259

Impreso en Argentina

UNR Ediciones, Urquiza 2050, Rosario 2000 (Argentina) <info-editora@unr.edu.ar>

Número HORS SERIE 03. (Noviembre 2024)

Dirección legal: 12 rue de Pontoise – Paris 75005 - Francia

deSignis es una publicación de la Federación Latinoamericana de Semiótica, asociación Ley 1901 de la República Francesa, con número de registro 1405367K (J.O RF 24/01/2001 n° 1335). Repositorio Centre ISSN BNF Quai François Mauriac 75706 Paris Cedex FR. Repositorio digital Universidad Autónoma de Barcelona <https://ddd.uab.cat/record/204665>

Depósito Legal Barcelona B.17342-2001.

Publicación indexada en Emerging Sources Citation Index (ESCI), en Dialnet, en Directory of Open Access Journals (DOAJ), en Latindex <www.latindex.com>, <http://dgb.unam.mx/clase.html> y en Redalyc-América. Integra la Red Latinoamericana de Revistas de Ciencias Sociales FLACSO. En proceso de evaluación en Scopus.



deSignis | HORS
SERIE 03

Cocina, gusto, identidad
Cuisine, taste, identity

Introducción / Introduction

I. Identidades y traducciones / Identities and Translations

- 11 **Frango e polenta em traducao: sentidos de italianidade da culinaria veneta no Brasil / Chicken and Polenta in Translation: Meanings of Italianness in Veneto's Cuisine in Brazil**
Adriana Tulio Baggio
- 25 **Gastronomia e imigração: o gosto na tradução intercultural / Gastronomy and Immigration: Taste in Intercultural Translation**
Alexandre Marcelo Bueno
- 35 **La estética de las ruinas en la caponata entre autenticidad y estereotipo turístico / The Aesthetics of Ruins in the Caponata between Authenticity and Tourist Stereotype**
Francesco Mangiapane
- 45 **Lo criollo y la denominación /cocina criolla/ en la cultura impresa y la literatura de Buenos Aires / The "Criollo Culture" and the Designation /Cocina Criolla/ in Print Culture and Literature of the City of Buenos Aires**
Carina Perticone
- 59 **El gusto de la felicidad: elementos del análisis semiótico / The Taste of Happiness: Elements of Semiotic Analysis**
Ima Merkoulova
- 71 **El "hombre-tenedor". El invitado-modelo de Buckingham Palace / The Fork-Man. Buckingham Palace's Model Guest**
Carlo Andrea Tassinari
- 89 **Eaten or rotten. I'm all mouth: la imagen autorial de Sylvia Plath en la cuenta "What's Sylvia ate" / "Eaten or Rotten. I Am All Mouth": The Authorial Depiction of Sylvia Plath in the Account Whatsylviaate**
Julieta Flores Jurado

II. Prácticas y consumo / Practices and Consumption

- 103 **Cartografía de la arancina. Agency de una receta / Mapping the Arancina. Agency of a Recipe**
Gianluca Burgio, Maria Giulia Franco y Deborah Giunta
- 119 **Etnografías alimentarias en tiempos del Coronavirus / Food Ethnography in Times of Coronavirus**
Laura Bergel, Diego Díaz Córdova y Patricia Aguirre
- 129 **Identidad latinoamericana y practicas culinarias / Latin American Identity and Culinary Practices**
Juan Manuel Montoro y Sebastián Moreno Barreneche
- 145 **Comerse el museo: un estudio semiótico de los cafés y restaurantes de los museos de arte moderno. Los casos de MoMA, Malba, Tate Modern y del Centro Pompidou / Eating the Museum: A Semiotic Study of Cafés and Restaurants in Modern Art Museums. The Cases of MoMA, Malba, Tate Modern, and the Pompidou Center.**
Aluminé Rosso
- 161 **Cenar con los romanos: el papel de la comida y el vino en el turismo experiencia / Dining with the Romans: The Role of Food and Wine in Experiential Tourism**
Luigi Virgolin
- 173 **El gusto mediado por la inteligencia artificial / Taste Mediated by Artificial Intelligence**
Karina Abdala

III. Semiótica del gusto y culturas / Semiotics of Taste and Cultures

- 187 **Gusto y significación: dos lenguajes de la comida / Taste and Signification: Two Languages of Food**
Gianfranco Marrone
- 201 **Por una semiótica de los objetos de cocina / For a Semiotic of Kitchen Objects**
Dario Mangano
- 215 **Espacios del consumo alimentario / Food Consumption Spaces**
Alice Giannitrapani,
- 231 **El discurso de las dietas: regímenes de adelgazamiento en competencia / Dietetic Discourse: Communicative Strategies of Slimming Diets in Competition**
Ilaria Ventura Bordenca
- 243 **Postfacio: Mapa de ruta sobre la producción bibliográfica sobre cocina, gusto e identidad / Postface: Bibliographical Roadmap on Cuisine, Taste And Identity**
Francesco Mangiapane y Carina Perticone

Introducción / Introduction

Ilaria Ventura Bordenca - Universidad de Palermo (Italia) ORCID 0000-0002-4889-0220

Ilaria Ventura Bordenca es investigadora en Semiótica en la Universidad de Palermo, donde enseña “Semiótica” y “Diseño profesional de una campaña publicitaria”. Es subdirectora de E|C, la revista de la Asociación Italiana de Estudios Semióticos (AISS). ilaria.venturabordenca@unipa.it

La idea de escribir un número dedicado a la cocina y el gusto nace de una conversación que tuvo lugar hace un par de años en Erice, Italia, entre Sebastián Moreno y el equipo de semiótica de la Universidad de Palermo, compuesto por Gianfranco Marrone, Dario Mangano, Alice Giannitrapani, Francesco Mangiapane y yo misma. El marco de esa conversación fue la primera edición de la Escuela de Verano de Metodología Semiótica “Paolo Fabbri”, donde nos propusimos el objetivo de unir, por primera vez, los estudios de semiótica de la alimentación desarrollados en Italia y Europa con los realizados por investigadores en América del Sur.

Guiados por la intención de ampliar la difusión en América del Sur de las investigaciones del grupo de trabajo basado en Palermo, Italia, sobre el tema y, al mismo tiempo, por la de encontrar puntos de contacto, proximidades epistemológicas y enfoques de investigación sobre el tema del gusto y la cocina con investigadores del otro lado del Atlántico, decidimos, junto con Carina Perticone, de la Universidad Nacional de las Artes, centrar este número monográfico particularmente en las cuestiones que conectan cocina, gusto e identidad. Es decir, nos pareció que, entre todas las posibles pertinencias de la cocina como lenguaje, la de la creación y emergencia de identidades colectivas, nacionales y comunitarias a través de las elecciones en la mesa y en la cocina emergía como especialmente significativa entre las diversas contribuciones que los autores que respondieron al *call for papers* hicieron en sus artículos. A todos los autores, muchas gracias.

La colaboración entre los tres editores y con el equipo editorial de la revista fue crucial para sacar adelante un número que pensamos podría ser un primer paso para proyectos futuros sobre estos temas que entrelazan a la perfección la semiótica de la cultura y la semiótica de la alimentación.

La organización de los artículos de este número refleja algunos de los principales temas que caracterizan los procesos culturales de la alimentación: los fenómenos de traducción e hibridación entre cocinas, especialmente en el caso de las inmigraciones; el papel profundamente identitario de la cocina en la formación y definición de comunidades, tanto a través de las prácticas culinarias que ocurren en espacios domésticos y profesionales (ingredientes, procesos, técnicas de manipulación, etc.) como a través de las prácticas de consumo que, de diversas maneras, refieren a la vida cotidiana o a las experiencias turísticas/artísticas; y, no menos importante —de hecho, en la base de todo lo anterior—, la capacidad intrínsecamente semiótica del discurso culinario y gastronómico de significar culturas y formas de vida a través de procedimientos específicos de significación, como describe Gianfranco Marrone en su ensayo incluido en este número.

Describimos a continuación las distintas secciones en detalle. En la sección “Identidades y traducciones” recogemos artículos dedicados a la problematización de los fenómenos de traducción entre cocinas. Si la mezcla y la hibridación son la norma en el funcionamiento de todas las culturas alimentarias, en algunos casos los procesos de superposición y transformación de platos que migran de una parte a otra del mundo se convierten en objeto de discurso y discusión por parte de las comunidades implicadas. Este es el caso, por ejemplo, del análisis que Baggio hace de una comunidad de inmigrantes italianos en Santa Felicidade, Brasil, donde la polenta, un plato reconocido como típico en el norte de Italia, se transforma en los restaurantes locales brasileños a través de otro tipo de cocina, rechazada en teoría como una distorsión del plato “original”. Como demuestra Baggio, se trata más bien de una *traducción* que puede explicarse remitiéndose al modelo lingüístico de las traducciones entre sustancias expresivas. También Bueno aborda las mismas cuestiones, discutiendo y proponiendo la idea de una gastronomía de la inmigración como una *semiosfera* específica dentro del contexto cultural brasileño, caracterizada por el hecho de que en ella se mantienen constantemente discursos sobre cómo se traducen y transforman los platos, y sobre los ajustes gustativos que estas transformaciones requieren.

El artículo de Perticone, por su parte, aborda la cuestión desde un punto de vista lingüístico, discutiendo el significado y el uso de la expresión “cocina criolla”, cómo se adopta y a qué refiere, a través de una reconstrucción histórica, en el contexto de la cultura argentina, de las relaciones entre esta expresión y las prácticas culinarias. Los artículos de Mangiapane y Merkoulouva, por su parte, discuten de forma más general cómo la gastronomía puede, a través de rasgos sensoriales específicos y distintivos, traducir significados culturales más profundos y abstractos, como la estética de la ruina desenterrada por Mangiapane en la forma de preparar y componer el plato siciliano llamado *caponata*, y como la pasión de la felicidad analizada por Merkoulouva en su proyecto culinario de 2008 *Happiness*, en el que se busca una encarnación material y gustativa de un estado afectivo (por ejemplo, a través del papel asignado al chocolate en la significación de la felicidad).

Pero la gastronomía no produce identidad solamente a través de lo que entendemos en sentido estricto como alimentación y comida (es decir, las materias primas y sus transformaciones): también se produce a través del modo en que se define el comensal en la mesa, por ejemplo, dentro de un ámbito cultural preciso y muy restringido como el de la etiqueta del Palacio de Buckingham, objeto del artículo de Tassinari, quien refiere en particular al modo en que se construye la relación comensal-mesa a través de rígidas reglas y sistemas de objetos puestos en la mesa real. El artículo de Flores Jurado, por su parte, investiga otro tipo de identidad, la literaria y artística de la escritora estadounidense Sylvia Plath, a través del análisis de su cuenta de Twitter *whatsylviaate* para mostrar una nueva y más compleja relación entre Plath y su relación con la dimensión doméstica de la cocina. También en este caso, la comida y las prácticas vinculadas a ella se convierten en portadoras de otros significados, existenciales y generacionales.

La segunda sección del número, titulada “Prácticas y consumo”, reúne artículos dedicados a diversos tipos de prácticas alimentarias y culinarias. Desde las que tienen lugar en las cocinas profesionales, como en el caso del artículo de Burgio, Franco y Giunta, en el que se realiza una etnografía visualizada —una cartografía, de hecho— de lo que sucede en el espacio de un restaurante durante la ejecución de la receta de las *arancine* sicilianas (relacionando el texto de la receta con los cuerpos en movimiento de los cocineros, los objetos que utilizan, los espacios físicos por los que transitan); a las que tienen lugar entre las paredes de la casa, como se destaca en el artículo de Bergel, Díaz Córdova y Auguirre, dedicado a las transformaciones que tuvieron lugar en las prácticas culinarias durante el encierro pandémico de 2020, con especial referencia al corpus de análisis compuesto por entrevistas a estudiantes universitarios.

La importancia de las prácticas y rituales en la significación culinaria y gastronómica es central para Montoro y Moreno, quienes afirman que, en el caso de la identidad latinoamericana —entendida como una suerte de metaidentidad de comunidades gastronómicas individuales y específicas—, lo que la caracteriza de manera particular no son tanto las recetas y formas textualizadas en sentido estricto, ni los ingredientes utilizados, sino precisamente las prácticas y rituales que tienen lugar en torno a ellas. Entre este tipo de prácticas, Rosso y Virgolin investigan las vinculadas a la experiencia de los visitantes turísticos y relativas a la construcción de la identidad de un Enunciador, que entra en relación con la comunidad a través de la producción de un discurso preciso que se manifiesta en diferentes sustancias expresivas, de naturaleza espacial y gastronómica: la ciudad de Roma y su identidad turística, en el caso estudiado por Virgolin, e importantes museos de arte de todo el mundo, como el MoMA (Nueva York), el Centro Pompidou (París), el Tate Modern (Londres) y el Malba (Buenos Aires), en el análisis que Rosso hace de sus cafeterías. Entre las posibles nuevas prácticas, se incluyen también las vinculadas al uso de la inteligencia artificial, investigadas por Abdala, y los escenarios culturales y sociales que se abren cuando se interponen estas mediaciones tecnológicas.

Dejamos para el final del número la sección “Semiótica del gusto y culturas”, que reúne las consideraciones más teóricas para que, a partir de los casos de análisis de las dos primeras secciones, podamos comprender mejor los fundamentos de la semiótica del gusto que se explican en esta sección conclusiva y que se ven, como todo trabajo semiótico, reforzados por estudios empíricos específicos. El ensayo de Marrone clarifica cuál es el nivel de relevancia semiótica sobre el gusto y la percepción a partir de la distinción que propone entre dos tipos de lenguaje que operan en el discurso gastronómico: un lenguaje que se articula según un mecanismo análogo a la *figuratividad*, es decir, relativo al reconocimiento cultural de los estímulos sensoriales, denominado *gustoso* (*gustoso*, en italiano); y otro que funciona de manera opuesta, denominado *sabroso* (*saporito*, en italiano), análogo al lenguaje plástico, que produce sentido al margen de las retículas culturales aprendidas y que atañe a la dimensión propiamente sensorial y material de los alimentos.

El artículo de Mangano reflexiona sobre el papel de los objetos en la cocina, que no deben entenderse ni como instrumentos separados de los seres humanos que los utilizan ni como meras prótesis al servicio de los cocineros. Por el contrario, para la semiótica, los objetos son *actantes* con los que realizamos tareas esenciales en la cocina y que, con respecto a la gastronomía, entran en una relación de mutua presuposición. De modo que no hay cultura por un lado y sus objetos por otro, sino que ambos constituyen los dos planos, expresión y contenido, de una semiosfera gastronómica. Lo mismo ocurre con la espacialidad, investigada por Giannitrapani: el espacio es uno de los lenguajes más importantes de que disponen los sujetos y las colectividades para significar identidad, valores, jerarquías y roles sociales, por lo que también en el caso de la gastronomía entra en relación de significación con ella. Los restaurantes y otros lugares de consumo alimentario son capaces de expresar quiénes somos, a nivel individual y colectivo, tanto en el sentido de que preferimos unos espacios a otros en función de gustos y afiliaciones sociales, como en el sentido de que definimos nuestra identidad social en función de qué tipos de restaurantes decidimos practicar.

Por último, está la cuestión de la dietética, la gran máquina clasificatoria del sentido alimentario, el sistema de organización de la alimentación en el que se basan las grandes religiones monoteístas, y que en la época contemporánea se ha declinado en la forma específica de la dieta de adelgazamiento, investigada en el último artículo del número, a cargo de Ventura Bordenca: al poner límites y reglas, al establecer ritmos donde no los había, las dietas establecen *valores* y *valencias*, esto es, valores de valores, que conciernen principalmente al cuerpo, el lugar primordial de ejercicio de la alimentación, nunca meramente funcional sino siempre social y, por lo tanto, semiótico.

El número finaliza con un artículo a modo de posfacio, en el que Francesco Mangiapane y Carina Perticone mapean los estudios de la cultura alimentaria, la cocina, la gastronomía y el gusto realizados desde una perspectiva semiótica tanto en Italia como en América del Sur, con la intención de ofrecer al lector una hoja de ruta para ubicarse en el campo de investigación. Ante la lectura que comienza, no podemos más que desearles ¡buen provecho!

Frango e polenta em tradução: sentidos de italianidade da culinária veneta no Brasil / Chicken and Polenta in Translation: Meanings of Italianness in Veneto's Cuisine in Brazil

Adriana Tulio Baggio ORCID 0000-0002-5016-1289

RESUMEN

Santa Felicidade (Curitiba, Brasil), fundada en 1878, es una antigua colonia de inmigrantes venetos famosa por la comida italiana de sus restaurantes. La italianidad de esta gastronomía, sin embargo, es rechazada por discursos que la entienden como una distorsión de la cultura “original”. El presente ensayo, en cambio, propone pensar la comida de Santa Felicidade como una traducción de la comida del Véneto, una operación que tiene lugar emblemáticamente entre la polenta *brustolata* del inmigrante y la polenta frita de los restaurantes. Esta proposición se apoya en la historiografía de la colonia (Balhana, 1958; Maranhão, 2014) y en los conceptos lingüístico-traductológicos de Jakobson (2003), Campos (2011) y Hjelmslev (1975).

Palabras clave: traducción, semiótica, costumbres alimenticias, inmigración, clase social.

ABSTRACT

Santa Felicidade (Curitiba, Brazil), founded in 1878, is a former colony of immigrants from Veneto that is famous for the Italian food served in its restaurants. Despite this, some discourses refuse the Italianness of its gastronomy by understanding it as a distortion of the “original” culture. The present essay, instead, proposes to think of Santa Felicidade’s food as a translation of Veneto’s food, an operation which is emblematically performed between the immigrant’s polenta *brustolata* and the restaurants’ fried one. This proposition is grounded on the historiography of the colony (Balhana, 1958; Maranhão, 2014) and on the translation and linguistic concepts by Jakobson (2003), Campos (2011) and Hjelmslev (1975).

Keywords: translation, semiotics, food customs, immigration, social class.

Adriana Tulio Baggio é semiótica e pesquisadora independente em literatura, linguística, crítica textual e italianística. Investiga atualmente a obra *De mulieribus claris*, de Giovanni Boccaccio, e se ocupa de atividades tradutórias e editoriais. E-mail atbaggio@gmail.com.

FECHA DE RECEPCIÓN: 20/06/2023 FECHA DE ACEPTACIÓN: 18/07/2023

1. Primícias

Quem vem a Curitiba, capital do Paraná, região Sul do Brasil, dificilmente escapa de um convite para visitar Santa Felicidade, antiga colônia de imigrantes vênets fundada em 1878. Em meados do século XX, curitibanos e turistas passaram a visitar o bairro com mais frequência, atraídos principalmente por seus restaurantes. Alguns desses estabelecimentos atendem hoje milhares de pessoas diariamente. Seus amplos salões hospedam banquetes de casamento e de formatura, confraternizações de fim de ano e eventos corporativos. O comensal se farta com um menu de comida italiana servida à vontade, cujo núcleo essencial é composto por preparações de frango e de seus miúdos, polenta frita, risoto de caldo, massas e salada de *radicci* (chicória) temperada com bacon e vinagre de vinho tinto.

Há, porém, quem torça o nariz ao ouvir essa comida ser chamada de italiana. A autora deste ensaio, mesmo nascida e criada no bairro, lembra de eventualmente ter conhecido e concordado com tal visão. Depois, investigando melhor essa discursividade, viu que não era restrita ao seu círculo. Guido Borgomanero (1921-2005), cônsul geral da Itália no Paraná até 1984, em 1993 chamara essa cozinha de “desastre”, de “resultado infeliz” devido à perda da tradição étnica¹ (Borgomanero, 2016). Em 1998, continuava pensando da mesma forma: “[...] é só ver os grandes restaurantes que existem lá [Santa Felicidade], com uma cozinha que de italiano não tem absolutamente nada. É uma invenção local, pura e simples” (Borgomanero, 2017).

A fala de 1998 repercutiu. No mesmo ano e em outras duas ocasiões, o jornalista Luiz Geraldo Mazza (1998, 2004, 2012) citaria o ex-cônsul e sairia em defesa da comida. Numa dessas ocasiões, vemos que o desapareço não se restringia ao diplomata:

Há quem não aprecie a comida de Santa Felicidade, causa maior do progresso daquele bairro-colônia. O ex-cônsul de Curitiba Guido Borgomanero dizia que não era comida italiana, mas crioula. Outros afirmavam que da comida ao vinho havia uma “santa falsidade”. (Mazza, 2004, grifos nossos)

Em síntese, o discurso do desapareço entende que a comida de Santa Felicidade não é italiana porque a origem humilde dos imigrantes tê-los-ia levado à perda do saber-fazer italiano.¹

Os que discordam desse discurso defendem a italianidade a partir de referências à existência dessa comida na Itália. Mazza (1998, 2012), por exemplo, cita testemunhos das praticas brasileiras que lá combateram durante a Segunda Guerra Mundial. Se for

o caso, haveria também fontes de estofos científicos para essa defesa, como a etnografia de Altiva Pilatti Balhana (1958) realizada em Santa Felicidade. Balhana, obviamente, não estava em defesa de nada. Porém, sua descrição dos hábitos alimentares ali vigentes nos anos 1950 soa familiar a quem conhece a comida servida hoje nos restaurantes do bairro, e esses hábitos, por sua vez, mantinham estreita relação com a tradição vêneta da época da emigração.

A segunda parte do discurso do desapareço atribui ao colono uma dificuldade em preservar a italianidade das tradições, dificuldade essa advinda da “origem humilde” de seus ascendentes. Mazza sugere o eventual classismo dessa visão ao contextualizar as críticas de Borgomanero aludindo ao estrato social e cultural do ex-cônsul: “urbano e cosmopolita” (Mazza, 1998), “diplomata de carreira”, “gemologista e conhecedor de paleontologia” (Mazza, 2012).

Vemos, nessa contextualização, um aceno a oposições axiológicas como rural x urbano, baixo x alto nível de letramento, trabalho manual x trabalho intelectual. O diplomata, associado ao segundo elemento de cada um desses eixos, teria uma visão culturalmente relativa a respeito da italianidade. Mas essa visão não seria apenas dele e nem recente; em fins do século XIX, havia um antagonismo entre os *oriundi* curitibanos que se lastreava nessas axiologias. Como conta Maria Fernanda Campelo Maranhão (2014, pp. 85-87), aos “italianos de Santa Felicidade”, de estrato camponês e com pouca ou nenhuma educação formal, opunham-se os “outros italianos”, estabelecidos na região central da cidade, majoritariamente profissionais liberais e, portanto, educados formalmente. Esses, chamados de *engravatados*, se referiam aos primeiros como *contadini*.

Considerando aquelas três oposições axiológicas, os acadêmicos brasileiros talvez as associem ao modelo de variação proposto por Stella Maris Bortoni-Ricardo (2014). Para evitar concepções essencialistas, a linguista estuda as variedades segundo sua distribuição em três eixos horizontais de continuidade: do rural ao urbano, da oralidade à escrita e do registro menos ao mais monitorado. No nosso caso, temos os *contadini* no polo esquerdo dos eixos e os *engravatados* no polo direito. Como se sabe, falares situados nas posições mais à esquerda são comumente associados a incompetência cognitiva, comportamental, estética etc. De fato, quando Borgo Manero (2016) diagnostica a “criolização” da cultura italiana em Santa Felicidade, refere-se não apenas à comida, mas também à língua: o falar dos imigrantes teria “deturpado” os sobrenomes, os nomes de cidades e das expressões idiomáticas italianas².

Visto que o questionamento da italianidade se estrutura nessa relação entre gastronomia e língua, este ensaio pensou ser possível pensar a comida de Santa Felicidade a partir da tradução, uma operação que, apesar de sua origem linguística, não se restringe à língua. De partida, vê-se essas comidas como resultado de duas das três operações tradutórias propostas por Roman Jakobson (2003, pp. 64-65): a interlingual (entre línguas distintas, a tradução propriamente dita), que será chamada de intergastro-nômica, e a intersemiótica (entre linguagens distintas, a transmutação). A tradução

intergastronômica se dá entre comidas italianas (a do Vêneto e a de Santa Felicidade) nos moldes da transcrição haroldiana (Campos, 2011). A intersemiótica acontece pela transmutação de figuras da italianidade no texto mais amplo da experiência gastronômica. Para a descrição dos dois processos, entram em cena os conceitos de Louis Hjelmslev (1975).

2. A colônia

Santa Felicidade tem hoje por volta de 40 mil habitantes (0,2% da população curitibana); em 1950, eram quatro mil (Balhana, 1958). Os imigrantes fundaram a colônia em novembro de 1878, depois de não se adaptarem às terras que o governo lhes destinara no litoral. Diferentemente de outros assentamentos, nesse a área foi comprada pelos colonos, tornando-os independentes do programa de imigração.

A etnografia de Altiva Pilatti Balhana na colônia é realizada 80 anos após a sua fundação. O estudo, iniciado em 1952, se estenderia até 1958, com visitas “quasi diárias” a partir de 1955 (Balhana, 1958, p. 7). A pesquisa de campo foi complementada por investigações nos arquivos do órgão oficial italiano de emigração em Florença. De modo geral, o foco do estudo era a assimilação da comunidade. Balhana buscava “[...] saber em que prazo e até que limite pode um contingente de imigrantes amalgamar-se a uma população nacional, e quais as formas que assume este processo de amalgamação. Como é fácil de deduzir, existem várias formas de amalgamação” (Balhana, 1958, p. 11). Essas formas têm a ver com o grau de adesão dos imigrantes aos hábitos da nova terra, hábitos como atividades econômicas, estrutura social, vida espiritual e religiosa, ritos de passagem, festas cíclicas, artes e jogos populares, alimentação.

O processo de assimilação ocorre geralmente em três etapas: na primeira, os imigrantes adultos raramente são assimilados, permanecendo como estrangeiros. Na segunda, os que chegaram muito jovens à nova terra os filhos da primeira geração são influenciados pela cultura do país de ascendência, especialmente na vida familiar, e pela cultura do país de adoção, por meio da escola e da vida social. Com os netos dos imigrantes, predominaria a influência da cultura do novo país, demarcando a etapa final de assimilação. Nem sempre, porém, o processo acontece nesse ritmo. Algumas comunidades integram-se já na segunda geração, outras demoram mais, como foi o caso de Santa Felicidade. Mesmo estando na quarta geração de descendentes, a maioria dos valores culturais que lhe eram próprios não constituía ainda os padrões luso-brasileiros, sugerindo uma resistência à assimilação (Balhana, 1958, p. 243).

Se tomarmos como certa essa constatação, os valores culturais da alimentação observados pela pesquisadora em 1958 mantinham-se ainda muito próximos daqueles vigentes na época e região dos imigrantes, tanto pela lentidão no processo de assimilação quanto pelo fato de a tradição alimentar ser “[...] mais persistente e estar menos sujeita a modificações do que outras manifestações da vida material [...]” (Balhana, 1958, p.

107). São muitos os ingredientes, pratos e preparos que compõem essa tradição ainda fortemente ligada ao Vêneto. Apresento aqui aqueles que, depois, vamos reconhecer como parecidos ao que é servido hoje nos restaurantes de Santa Felicidade.

O alimento fundamental da colônia em 1958 é a polenta, que substitui o pão e está presente nas cinco refeições diárias: às 6h, polenta torrada com vinho (em vias de ser substituído pelo café); às 9h, também torrada e eventualmente acompanhada por ovos ou linguiça; ao meio-dia, a polenta³ é acompanhamento do prato principal: sopa à base de arroz com legumes, arroz com salsicha ou com fígado, “[...] e tôda a sorte dos chamados risotos” (Balhana, 1958, p. 110). No almoço também se come ovos, salame ou carne do porco; se for domingo ou dia de festa, podem ser servidas carne de gado ou de galinha. Na merenda (entre o almoço e o jantar), come-se polenta torrada ou pão caseiro de centeio (o pão branco de padaria ainda era raro na mesa do colono) e café. E, no jantar, serve-se polenta, salada temperada com toucinho derretido (ou banha de porco, o principal condimento da comida em geral e das saladas) e vinagre de vinho, e ovos ou salame. O queijo feito em casa também acompanha as refeições. Quanto às massas, é na época da pesquisa que seu consumo parecia estar aumentando, mas apenas nos domingos e dias de festa.

O alimento é consumido com as mãos ou com a colher. “Os garfos (*piruni*)”, como explica Balhana (1958, p. 111), “raramente comparecem à mesa do colono”. A polenta é de fubá de milho, assim como passou a ser feita na região setentrional da Itália após o século XVI. Balhana estabelece o parentesco entre a polenta e a *puls* (papa de farinha de fava), por muito tempo o prato nacional dos povos itálicos. Segundo ela, “A ‘*puls*’ romana e a moderna polenta representam dois elos afins de uma cadeia ininterrupta da história da alimentação italiana e a própria afinidade entre o nome latino e aquele vulgar parece confirmar este parentesco” (Balhana, 1958, p. 112). Serve-se a polenta cozida ou torrada (*poenta brustolà*), como mencionado antes. Nesse segundo caso, depois de fria a polenta é cortada em fatias e tostada sobre uma chapa ou frigideira até adquirir uma casca crocante. Outro modo de servir o alimento, só que destinado às ocasiões festivas, é a *poenta e osei*, polenta com passarinhos ensopados, “[...] prato que constitui a mais autêntica demonstração da arte culinária vêneta, apreciado em todo o mundo” (Balhana, 1958, p. 115).

Ao falar da persistência da tradição alimentar e de sua menor sujeição à modificação, Balhana a entende como manifestação privilegiada da vida material, “[...] pois revela as relações entre o tipo de vida e as condições de trabalho, as possibilidades do meio e sobretudo a herança cultural” (Balhana, 1958, p. 107). Se a historiadora observa na colônia a manutenção da tradição alimentar trazida do Vêneto, decorrente da resistência ao processo de assimilação, isso sugere que, quando houve modificação no preparo e na constituição das refeições, elas atenderam a necessidades de adaptação às condições de trabalho e às possibilidades do meio, ou seja, tradução: adaptação às possibilidades da linguagem de chegada. Traduzir não era uma preocupação do colono individualmente, mas pode ter sido a da comunidade, que passou a servir a comida tradicional não mais apenas para os seus, e sim também para os outros.

3. Os restaurantes

Balhana conclui que, em 1958, a assimilação da colônia à cidade ainda não se concretizara. No entanto, isso não demoraria a acontecer: “[...] pelo conjunto da análise realizada, constatamos que tôdas estas manifestações culturais ainda fiéis à cultura de origem, estão em franca desintegração e tendem rapidamente a serem substituídas pelos padrões da cultura tradicional luso-brasileira” (Balhana, 1958, p. 243).

Maranhão (2014) situa por volta dessa época o início da vocação gastronômica do bairro, mas as primeiras iniciativas datam dos anos 1940, a exemplo da moradora que servia um prato de bife à milanesa com molho de carne picada na sala de sua casa, após a missa do domingo. No final da década surgem os restaurantes profissionais, que atendiam os caminhoneiros que transportavam café do Norte do estado ao porto de Paranaguá. Para esse público servia-se arroz, feijão e bife. Portanto, antes da assimilação (antes de 1958) a comida para os de fora era diferente daquela que se consumia no cotidiano da casa do colono. O ponto de inflexão parece ter sido justamente a diminuição da distância entre a cidade e a colônia, precipitada por duas obras: a Rodovia do Café (trecho da estrada que corta o Paraná de leste a oeste), inaugurada em 1965, absorveu os caminhões que passavam por dentro do bairro. No mesmo ano, a avenida Manoel Ribas, que liga o centro de Curitiba a Santa Felicidade, teria seu asfalto ampliado até o cerne da colônia atraindo mais visitantes. Imediatamente,

o Restaurante Iguazu [fundado em 1949 e localizado justamente aonde chegou o asfalto] começou a preparar comida italiana, iniciando com um risoto grosso de caldo, e incluindo logo em seguida frango a passarinho, macarrão, polenta, salada de *radicci* e risoto seco. (Maranhão, 2014, p. 102)

O bife à milanesa servido em casa após a missa era também um preparo italiano (Maranhão, 2014, p. 102 n. 123), mas de dia de festa; para os caminhoneiros, cuja passagem pelo bairro era funcional, servia-se um prato típico do hábito brasileiro. Quando aumenta o número de comensais forasteiros para quem o bairro é destino, e não apenas local de passagem, os restaurantes propõem uma outra composição de pratos. Esses pratos, domingueiros para os turistas, faziam parte do cotidiano do colono e da tradição vêneta. Com essa tradução de comida italiana em comida de Santa Felicidade, ocorreria o que diagnosticou Balhana (1958, pp. 243-244) para o bairro:

Estar assimilado não implica em perder totalmente os padrões culturais de origem, mas pelo contrário consiste em dar do seu contingente cultural básico, elementos que reunidos aos da cultura nacional, juntos passam a fazer parte de um patrimônio cultural comum a ambos grupos.

3.1 Os menus

O quadro 1 elenca os pratos servidos atualmente em alguns restaurantes de Santa Felicidade. A fonte são os sites dos estabelecimentos⁴, consultados em 2019 e novamente em 2023. A pandemia levou a algumas mudanças de serviço e de cardápio, mas nenhuma das casas deixou de atender no tradicional sistema de rodízio. Alguns pratos tiveram pequenas alterações de nome ou de grafia do nome, mas o quadro mantém a grafia de 2019. Houve também supressões e acréscimos nos cardápios, sinalizados respectivamente por riscado e por sublinhado no quadro e na nota 5. Os pratos do Veneza com asterisco não tinham suas variações especificadas no cardápio de 2019, mas eram servidos à mesa. O levantamento não considera as sobremesas, não incluídas no rodízio. Os estabelecimentos pesquisados em 2019 foram Cascatinha, Madalosso (hoje Família Madalosso) e Veneza, selecionados arbitrariamente por sua representatividade no bairro. O restaurante Iguazu não estava em funcionamento em 2019, mas reabriu e foi incluído. Parte da extensa lista de massas do Madalosso é informada em nota⁵.

Iguazu (1949)	Cascatinha (1949)	Madalosso (1963)	Veneza (1965)
Saladas			
Radici com bacon, escarola com cebola ao vinagre de vinho tinto, maionese	Escarola com bacon, tomate com cebola	Escarola com bacon, raditi com bacon, maionese	Escarola com bacon
Polenta			
Polenta frita, polenta na chapa	Polenta frita	Polentinha frita	Polenta frita
Risoto			
Risoto de frango com moela	Arroz com caldo (risotto in brodo), risoto de frango	Risoto da casa	Risoto
Frango			
Asinha de frango com alho, frango à passarinho, fígado com sálvia, coração de galinha, frango prensado	Peito de frango prensado, frango à passarinho, asas de frango com alho, fígado de frango, moela de frango	A passarinho, prensado, asinha, fígadofilé de peito na chapa	Asinha frita com alho*, frango prensado, frango a passarinho, fígado frito*

Massas			
Nhoque ao sugo, lasanha à bolonhesa, lasanha de queijo, rondelli de massa verde recheado com presunto e queijo, linguini na manteiga e alho e óleo	Espaguete ao molho de tomate, espaguete ao alho e óleo, lasanha de queijos	Nhoque ao molho de carne, nhoque de batata salsa ao molho Alfredo, lasanha na manteiga, [...]	Lasanha ao sugo, de queijo na manteiga*, nhoque ao sugo, na manteiga, no alho*, macarrão ao sugo, na manteiga, no alho*
Outras carnes/outros pratos			
Buffet de sopas (no inverno)	—	Miolo de alcatra grelhado	

TABLA 1. Menu de restaurantes de Santa Felicidade

4. A Tradução

Proponho, como dito antes, que a comida dos restaurantes de Santa Felicidade é resultado de uma tradução dos hábitos alimentares vênéticos trazidos pelos imigrantes. Essa tradução manifesta uma italianidade possível diante dos meios de produção material e cultural da nova terra, e se dá especialmente pelo isomorfismo da transcrição haroldiana: “[...] original e tradução, autônomos enquanto informação estética, estarão ligados entre si por uma relação de isomorfia; ‘serão diferentes enquanto linguagem, mas, como corpos isomorfos, cristalizar-se-ão dentro de um mesmo sistema’” (Campos, 2011, p. 16).

A transcrição dirige a preocupação tradutora para as propriedades do significante, ainda que o significado, o conteúdo, permaneça no horizonte (Campos, 2011, p. 17). O traço distintivo dessa preocupação é a “semantização das componentes formais da linguagem” (Campos 2011, p. 20), ou seja, a semantização também do significante, não apenas do significado. É um processo que pode ser compreendido com a ajuda de Louis Hjelmslev (1975) quando o linguista dinamarquês desenvolve os conceitos saussureanos de signo, significante e significado para texto, conteúdo e expressão, desdobrando cada um desses dois últimos em forma e substância. Daí deriva que a expressão não é apenas *veículo* para o sentido do conteúdo, mas também *produz sentido*.

Os desenvolvimentos de Hjelmslev avançam a intuição saussureana de que os princípios da linguística servem à análise de outras linguagens. Nesse sentido, também a comida pode ser pensada como um texto que articula planos de conteúdo e de expressão. A forma da expressão corresponde à forma dos alimentos, aquilo que os distingue uns dos outros. A substância da expressão diz respeito aos sentidos produzidos pelas fisicalidades:

maciez, crocância, frescor, acidez, umidade, pastosidade, untuosidade etc. A forma do conteúdo corresponde ao reconhecimento que temos dos alimentos: em que consiste o arroz, o frango, o *radicci*, a polenta, o espaguete etc. A substância do conteúdo é o conteúdo dos pratos, sentido esse fortemente dependente das relações que as comidas-signo estabelecem no interior do texto gastronômico, que aqui é o de comida italiana.

Quando Dilson Ferreira da Cruz (2021) exercita uma descrição hjelmsleviana das três espécies de tradução propostas por Jakobson (2003), ele o faz mostrando os diferentes modos pelos quais os funtivos da expressão e do conteúdo se articulam em cada uma das espécies. Na tradução intralingual, forma e substância tanto de expressão quanto de conteúdo não se alteram. Na interlingual — intergastronômica, para nós —, a substância do conteúdo e da expressão se mantém, mas a forma de ambos se altera. Na tradução intersemiótica, mantém-se apenas a substância do conteúdo, e se alteram os demais funtivos. Considerando esses pressupostos, pensemos então nas operações de tradução dos pratos que compõem o núcleo essencial do menu dos restaurantes de Santa Felicidade, já previamente reconhecidos como similares àqueles servidos na mesa do colono. São eles: a salada, o risoto, a massa, o frango e a polenta.

A salada de folha verde temperada com vinagre de vinho tinto e bacon está presente no cardápio dos quatro restaurantes, preparada com *radicci* e/ou com escarola. Quando é feita com *radicci*, temos praticamente uma reformulação, uma tradução intragastronômica, na qual não há alteração nem de forma e nem de substância em nenhum dos planos. *Radici* é a própria folha da salada consumida pelo imigrante, assim como o vinagre de vinho tinto. O que se altera é a forma do conteúdo da gordura (bacon nos restaurantes, toucinho ou banha na mesa dos colonos). Quando a salada é de escarola, altera-se a forma (do conteúdo, pois são duas plantas diferentes, e da expressão, pois as plantas têm aparência distinta), mas não a substância: na expressão, ambas são ardidadas e “crespas”. A tradução não seria bem-sucedida se a versão dos restaurantes fosse feita com alface, por exemplo. É a sintaxe não apenas cromática da salada (o verde das folhas, o bordô do vinho, o esbranquiçado do toucinho/bacon/banha), mas também a gustativa e matérica (o ardidado das folhas, o ácido/fluido do vinho e o salgado/untuoso da gordura) que precisa ser traduzida.

Em termos haroldianos, na tradução das saladas há pouca transcrição, assim como na tradução dos risotos, servidos nos restaurantes de acordo com uma das preparações dos colonos, que é aquela com fígado. Há uma leve alteração na forma do conteúdo, pois entram outros miúdos de galinha. O resto se mantém, mesmo a forma da expressão, pois misturados no arroz os miúdos não se distinguem uns dos outros. Em termos de substância da expressão, mantém-se a consistência do prato, pois o risoto caldoso remete à minestra de arroz, base do almoço cotidiano dos imigrantes. Com essa consistência, o prato pode ser comido com a colher, como o faziam os colonos.

Dos pratos que integram o cardápio dos restaurantes, dois são preparos que os imigrantes reservavam aos dias festivos: a massa e o frango. Esses itens de pouca representatividade cotidiana são também os que mais apresentam variações entre o

que é servido nos restaurantes e o antigo hábito da colônia. No caso das massas, em três dos restaurantes elas têm tipos e molhos mais básicos, sugerindo a simplicidade da comida na colônia. Já a grande variedade de massas do Madalosso manifesta uma italianidade de outra ordem.

Quanto ao frango, sua oferta nos restaurantes pode ser dividida em três grupos: pedaços fritos em imersão, miúdos e preparos/partes nobres. A essa última categoria correspondem o frango prensado (peito, sobrecoxa e coxa desossados e espalmados, preparados em uma prensa) e o filé de peito de frango (servido pelo Madalosso em 2019). O frango prensado e o filé de peito de frango são modos de preparo que não têm correspondência nas descrições de Balhana. Os miúdos, por sua vez, faziam parte da mesa cotidiana do colono, misturados ao arroz. Na tradução dos restaurantes, são servidos desse modo e também como porções refogadas. No Madalosso havia, em 2019, a moela ao molho vermelho. A fritura não era um modo de preparo descrito por Balhana para o frango, mas, ao serem servidos em pedaços, como o à passarinho, lembram o prato emblemático do Vêneto: o ensopado de passarinhos servidos com polenta.

Ainda sobre os frangos, é interessante notar que sua “semantização dos aspectos formais” talvez se dê não tanto pelos modos de preparo, mas pelos modos de consumo em termos de talheres. Lembremos que os colonos comiam principalmente com as mãos e com a colher, e menos com o garfo. O uso do par garfo e faca nem chega a ser citado por Balhana. O modo de preparo de frango mais distante do cotidiano do colono (frango prensado, filé), que precisa ser cortado no prato para ser levado à boca, é também o que exige os talheres que o colono não usava. Os miúdos podem ser comidos com a colher, quando ensopados e quando misturados ao arroz, ou com o garfo, quando refogados. Já os pedaços de frango fritos em imersão, como a asinha e o à passarinho, são comidos com as mãos, que é o modo principal de comer à mesa do colono.

Por fim, falemos da tradução intergastronômica da polenta, o prato mais emblemático da tradição que aqui se discute, e que até hoje apelida o habitante da região setentrional da Itália (*polentone*). Como vimos, o colono consome a polenta mole quando ainda quente e em fatias quando fria. A polenta em fatias é servida *brustolata*, ou seja, torrada em uma chapa ou frigideira, o que a deixa macia por dentro e crocante por fora. A polentinha servida nos restaurantes tem duas diferenças muito visíveis em relação àquela da mesa do colono. Sua apresentação é em pedaços e o preparo é em fritura de imersão. Altera-se, portanto, a forma da expressão (em pedaços, e não em fatias) e a forma do conteúdo (polenta frita é diferente de polenta torrada). Ainda assim, opera-se entre elas uma bem-sucedida tradução intergastronômica regida pela isomorfia. Em termos da forma da expressão, tanto a polenta *brustolata* quanto a polentinha são fracionadas. Em termos da substância da expressão, ambas são crocantes por fora e macias por dentro. Por fim, ambas são consumidas com as mãos, como o faziam os colonos.

Na condição de transcrição da polenta *brustolata*, a polentinha atende às restrições do modo de produção de uma outra língua. A tradução que ocorre não é apenas entre culturas, mas também entre a língua do comer em casa e a língua do comer fora de casa. Essa língua envolve: 1) atender ao gosto do outro, e não do igual; 2) preparar em grande e não em pequena quantidade; 3) servir uma refeição especial, e não cotidiana. Com o avanço da assimilação da colônia pela cidade, os colonos encontram uma maneira de traduzir sua tradição de modo a se integrar à cultura do outro e a se comunicar com ela, mas sem perda do sentido da italianidade. Não parece a esta autora que tal operação tenha pervertido ou contaminado a tradição “original”, como quer o discurso do despreço. Pelo contrário: ao semantizar os componentes formais sem esvaziar o parâmetro semântico (Campos, 2011, p. 17), a comida de Santa Felicidade enriquece a tradição culinária italiana por meio de outra italianidade possível.

Chega o momento, então, de tratar da segunda operação tradutória referida no início do ensaio: a intersemiótica, aquela que se dá entre linguagens diferentes e na qual se alteram as formas de expressão e de conteúdo e a substância da expressão, mas não a substância do conteúdo — que, no nosso caso, é a italianidade.

A italianidade da experiência gastronômica de Santa Felicidade se traduz também nos restaurantes, em seus nomes e suas arquiteturas. Cascatinha e Iguazu, os dois mais antigos aqui analisados, têm nomes não italianos. Os mais recentes do grupo já remetem a elementos da Itália. O Madalosso leva o sobrenome da família proprietária, de grafia e sonoridade associados à língua italiana. O Veneza alude diretamente à região dos *oriundi* e sua marca é composta pelo desenho de uma gôndola (antigamente, havia efetivamente uma gôndola de imitação na entrada do restaurante). Nomes que evocam antropônimos ou topônimos italianos são uma constante nos restaurantes mais novos, e suas construções estabelecem relações de intertextualidade com um simulacro de paisagem italiana. As escolhas linguísticas e arquitetônicas desses restaurantes reforçam o argumento de que a comida de Santa Felicidade é um pastiche, uma culinária de mau gosto. Como observa Maranhão (2014, p. 112), “à parte o gigantismo que os caracteriza, os proprietários dos restaurantes mais recentemente implantados investiram em uma arquitetura original e imponente, e por que não dizer *kitsch*, lembrando verdadeiros castelos medievais”.

Assim como ocorre com a comida, a escolha estética gera críticas fundadas em uma pretensa traição da originalidade. Um texto publicado em 1979 no extinto jornal *Correio de Notícias* aponta a falta de bom gosto e de esclarecimento como causa da incapacidade de se manter a tradição:

Quem conhece Santa Felicidade de anos atrás e agora a visita, no mínimo se pergunta sobre as construções. No lugar de barracões típicos e de casas em estilo europeu encontra prédios nem sempre de bom gosto, mas que por outro lado contém maior número de mesas. Trocar o original pelo prático? Talvez pela falta de esclarecimento, mas justamente aqueles que mais prezam pela tradição pecaram em sua escolha. (citado por Maranhão, 2014, p. 116)

Para Ana Carolina Mazzarotto e Fábio Domingos Batista (2013), pesquisadores da arquitetura italiana em Curitiba, essas construções inspiradas em castelos medievais buscam reafirmar a relação do bairro com sua origem ancestral, não apenas vêneta, mas italiana. Talvez as novas gerações de descendentes tenham adquirido esse sentido de identidade nacional ao se distanciarem da terra natal. Outra possibilidade, adicional e não substitutiva, tem a ver com o quase desaparecimento das antigas edificações da colônia (os barracões típicos e as casas de estilo europeu mencionados no texto jornalístico). Ainda que algumas tenham sobrevivido e se conservem íntegras, sua dispersão pela região impede que constituam um texto arquitetônico coeso. Sem essa coesão, elas não conseguem transmitir aos visitantes o sentido de italianidade do bairro. Essa dificuldade teria sido contornada pelos restaurantes por meio da sua arquitetura, tida como deturpada ou cafona. As colunas, torres, ameias, frontões, estátuas de leões e outros elementos produzem um sentido de italianidade passível de ser reconhecido por visitantes que, talvez em sua maioria, não têm outras referências da Itália que não os simulacros reiterados pelos restaurantes. Como avaliam Mazzarotto e Batista (2013, p. 241),

O Vêneto idealizado ou a idealização de um bairro através da construção de novos edifícios com referências italianas é uma reafirmação do passado histórico de Santa Felicidade através de uma nova significação, ou seja, Santa Felicidade foi e é um bairro italiano da cidade de Curitiba.

Com a tradução da cultura gastronômica italiana, Santa Felicidade parece ter conseguido lidar com a assimilação sem deixar de lado, como bem notaram Mazzarotto e Batista (2013), sua vocação histórica, aquela que levou o governo paranaense do século XIX a receber famílias de imigrantes agricultores: abastecer de alimentos a população curitibana.

5. Palavras finais

A reflexão germinal deste trabalho surgiu há alguns anos, quando a presente autora conheceu a pesquisa de Altiva Pilatti Balhana e pôde compreender melhor a cultura que vivenciara, como moradora de Santa Felicidade, desde o nascimento até o início da vida adulta. Por meio da pesquisa de Balhana, esta autora percebeu que a comida italiana dos restaurantes do bairro, que ela mesma desdenhara em algum momento, é muito parecida com aquela dos colonos dos quais descende. Como a base do desdém era a não originalidade da comida, descobrir esses laços levou a autora a refletir sobre os argumentos que sustentam tal juízo de valor. É da mesma época o contato com a obra *Arquitetura italiana em Curitiba*, de Mazzarotto e Batista, que também problematiza o argumento da “infidelidade ao original” como justificativa para a desqualificação das manifestações de italianidade de Santa Felicidade.

Nos dois casos, o da comida e o da arquitetura, o exame dos argumentos que buscam racionalizar a valoração negativa mostra uma reiteração da associação entre falta de educação formal e incapacidade de manifestar uma italianidade “autêntica”. No discurso do despreço, a falta de cultura dos imigrantes vênetsos lhes impediu o conhecimento dos cânones da tradição e os modos de preservá-la. Dessa forma, teriam sido facilmente influenciados pela cultura brasileira, “criolizando” as manifestações italianas e as tornando impuras.

Olhando de outra perspectiva, a proposição de um menu “comida italiana de Santa Felicidade” e a mudança da economia-base do bairro da agricultura para o serviço gastronômico e turístico justamente no momento de avanço da assimilação sugere uma estratégia dos imigrantes para preservar sua cultura, e não para destruí-la. De fato, 65 anos após o relato de Balhana e 36 mil habitantes a mais, o bairro segue conhecido como “italiano”.

Como a postura derogatória quanto à comida e à arquitetura de Santa Felicidade segue a mesma lógica daquela observada em relação à língua dos imigrantes, e como os discursos disfóricos desqualificam essas três manifestações acusando-as de resultarem da rudeza e da ignorância dos colonos, o que parece estar na base do questionamento da italianidade não é a defesa da cultura, e sim uma luta de classes.

Notas

1. “A comunidade italiana é constituída por descendente de gente humilde, modesta, que chegou aqui a partir de 1875 [...] e muito rapidamente perdeu as características principais da sua própria etnia. Nem a cozinha italiana sobreviveu. Pega aquele desastre que é a assim tão badalada cozinha italiana de Santa Felicidade por mim rebatizada de ‘santa infelicidade’ [‘ou falsidade’, intervém o entrevistador] eu disse [...] não pode se permitir o luxo de falar de cozinha italiana quando isso é o resultado infeliz de uma cozinha que se criou [...] dando uma inversão total impura disso” (Borgomanero, 2016).
2. Muitas dessas “deturpações” do italiano são hoje reconhecidas como o *talian*, língua de herança ítalo-brasileira. Ver, por exemplo, a produção do Centro de Estudos Vênetsos no Paraná (Cevep): <https://www.ceveptalian.org>.
3. A autora estimava o preparo diário de duas polentas por família de cinco pessoas, o que resulta em um consumo familiar anual de 700 quilos de fubá. Restaurante Madalosso: <http://www.restaurantemadalosso.com.br/index.php/cardapio>.
4. Restaurante Veneza: <https://www.restauranteneveza.com.br/restaurante>. Restaurante Cascatinha: <https://www.cascatinharestaurante.com/cardapio>. Consultas: 14 jun. 2019 e 19 fev. 2023. Restaurante Iguacu: <https://www.restauranteguacu.com.br/cardapio/>. Consulta: 19 fev. 2023.
5. Talharim a carbonara, Espaguetei ao molho de carne, Espaguetei ao alho e óleo, Rondelli ao molho gorgonzola, Tortei de zucca ao molho branco, Cochigliani de figo.

Referencias bibliográficas

- BALHANA, A. P.** (1958). *Santa Felicidade: um processo de assimilação*. Tipografia João Haupt & Cia. Ltda.
- BORGOMANERO, G.** (2016). Depoimento de Guido Borgomanero. *Memórias Paraná*. <https://bitly.com/hLt7c>. (Trabalho original publicado em 1993)
- (2017). Os fósseis e pedras antigas de Guido Borgomanero. *Paraná Portal*. <https://bitly.com/c2rV7>. (Trabalho original publicado em 1998)
- BORTONI-RICARDO, S. M.** (2014). *Manual de sociolinguística*. Editora Contexto.
- CAMPOS, H. DE.** (2011). *Da transcrição: poética e semiótica da operação tradutora*. Viva Voz; Fale/UFMG.
- CRUZ, D. F. DA** (2021). *Tradução e semiótica* [Material de curso]. Casa das Rosas.
- HJELMSLEV, L.** (1975). *Prolegômenos a uma teoria da linguagem*. Tradução José Teixeira Coelho Netto. Perspectiva.
- JAKOSON, R.** (2003). *Linguística e comunicação*. Cultrix.
- MARANHÃO, M. F. C.** (2014). *Santa Felicidade, o bairro italiano de Curitiba: um estudo sobre restaurantes, rituais e (re)construção de identidade étnica*. Samp.
- MAZZA, L. G.** (1998). Axioma. *Folha de Londrina*. <https://bitly.com/n0VRL>.
- (2004). Folclore. *Folha de Londrina*. <https://bitly.com/tJct2>.
- (2012). Folclore. *Folha de Londrina*. <https://bitly.com/y6tTn>.
- Mazzarotto, A. C. y Batista, F. D. (2013). *Arquitetura italiana em Curitiba*. Instituto Arquibrasil.

Gastronomia e imigração: o gosto na tradução intercultural / Gastronomy and Immigration: Taste in Intercultural Translation

Alexandre Marcelo Bueno ORCID 0000-0002-0798-3615

RESUMEN

Este trabajo discute algunas consecuencias provocadas por la presencia de la gastronomía inmigrante en el contexto cultural brasileño, entendida como semiosfera. Se trata de platos y bebidas que pasan por juicios y son traducidos al gusto medio que ocupa la centralidad de la semiosfera, hasta el punto de hacerlos pasar por procesos de mezcla con elementos locales. Uno de los objetivos de este trabajo es comprender cómo los discursos representan y sancionan la cocina inmigrante en el ajuste del gusto. Un segundo objetivo es examinar cómo los discursos sobre gastronomía indican relaciones entre culturas, señalando una aceptación o un rechazo en relación con el otro. La metodología utilizada es la semiótica greimasiana y algunos de sus desarrollos teóricos, como la semiótica del gusto, la sociosemiótica y la semiótica tensional. Los análisis muestran la jerarquía que existe entre las distintas culturas en relación con su posicionamiento central o periférico en la semiosfera.

Palabras clave: inmigración, interculturalidad, mestizaje, semiótica del gusto, traducción cultural.

ABSTRACT

This paper discusses some consequences caused by the presence of immigrant gastronomy in the Brazilian cultural context, considered as a semiosphere. These are dishes and drinks that go through judgments and are translated to the medium taste that occupies the centrality of the semiosphere, to the point of making them go through processes of mixing with local elements. One of the aims of this paper is to analyze how discourses represent and validate the immigrant cuisine in the adjustment of taste. A second objective is to examine how discourses on gastronomy indicate relations between cultures, showing an acceptance or a refusal in relation to the other. The methodology used is Greimas semiotics and some of its theoretical developments, such as the semiotics of taste, socio-semiotics and tense semiotics. The analyses show the hierarchy that exists between different cultures in relation to their central or peripheral positioning in the semiosphere.

Keywords: immigration, interculturality, cultural mestization, semiotics of taste, cultural translation.

Alexandre Marcelo Bueno é Doutor em Semiótica e Linguística Geral pela Universidade de São Paulo (USP). É professor do Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Presbiteriana Mackenzie (PPGL-UPM) e pesquisador do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) (Processo: 308632/2022-2).

FECHA DE PRESENTACIÓN: 20/06/2023 FECHA DE APROBACIÓN: 30/09/2023

1. Introdução

A chegada de estrangeiros a um país é um fenômeno que não passa ileso. Os diferentes grupos imigrantes trazem consigo suas religiões, línguas, práticas sociais, culinária, tradições, em suma, sua cultura para o novo país no qual eles passam a viver. Essas significações são examinadas pela sociedade do país receptor, que sanciona positiva ou negativamente, a depender dos discursos hegemônicos que circulam pela sociedade. Assim, a sociedade receptora é afetada pela presença de uma nova alteridade, julga-a, se mobiliza para conhecê-la e, até certo ponto, integrá-la. Nesse processo discursiva, Landowski (2002) mostra como a identidade se constrói a partir de discursos em que ela fala de si ou por meio da relação que ela empreende com a alteridade:

Com efeito, o que dá forma à minha própria identidade não é só a maneira pela qual, reflexivamente, eu me defino (ou tento me definir) em relação à imagem que outrem me envia de mim mesmo; é também a maneira pela qual, transitivamente, objetivo a *alteridade do outro* atribuindo um conteúdo específico à diferença que me separa dele. Assim, quer a encaremos no plano da vivência individual ou – como será o caso aqui – da consciência coletiva, a emergência do sentimento de “identidade” parece passar necessariamente pela intermediação de uma “alteridade” a ser construída. (Landowski, 2002, p. 4)

Essa dinâmica identitária pode ser vista na construção da imagem da cidade de São Paulo. Sua história é feita em grande parte por grupos imigrantes que foram conquistando um certo prestígio social. A vinda de novos grupos imigrantes não significa a repetição da história, pois os atuais são sancionados pela métrica de sucesso dos grupos antigos. Assim, trabalhadores advindos de um país de prestígio no contexto da globalização (como um alemão, espanhol, japonês ou italiano, por exemplo) se beneficiam da imagem positiva que esses grupos obtiveram ao longo da história brasileira e cujos critérios e relações dependem da imagem de seus respectivos países possuem no contexto global contemporâneo. Enquanto imigrantes vindos de países de menor prestígio pela sociedade brasileira, como é o caso de imigrantes oriundos da América Latina, África e Ásia, não gozam do mesmo reconhecimento, interesse e apoio (Bueno, 2018). Essa distinção entre imigrantes prestigiados e desprestigiados encontra paralelo no universo gastronômico, guardadas as devidas diferenças entre o campo do trabalho e o culinário.

Parte da sociedade evidencia seus valores e a maneira como lida com a alteridade de modo mais evidente por meio dos discursos que ela produz sobre o outro. A comida, nesse sentido, é um caminho para se compreender o funcionamento social e cultural, conforme afirma Marrone “Attraverso il cibo parliamo del mondo, della società, dell’universo, di tutto” [“Por meio da comida, falamos do mundo, da sociedade, do universo, de tudo”] (Marrone, 2022). Dentre as possibilidades de se falar sobre tudo através da comida, optou-se por estabelecer uma relação a gastronomia como o campo no qual a identidade se relaciona com a alteridade representada pelos imigrantes que chegam ainda nos dias atuais no Brasil e, em especial, na cidade de São Paulo. Ainda na esteira de Marrone:

Del resto, il fatto stesso che esistano migliaia di gastronomie (che nessuna differenza climatica o geografica, da sola, può giustificare) è la dimostrazione evidente della cucina come fatto sociale totale che tende a produrre forme di identità e alterità etniche. [Além disso, o próprio fato de haver milhares de especialidades (que nenhuma diferença climática ou geográfica por si só pode justificar) é uma clara evidência da culinária como um fato social total que tende a produzir formas étnicas de identidade e de alteridade]. (Marrone, 2022)

Assim, discursos gastronômicos envolvendo os imigrantes são caminhos para explorar as relações entre culturas para se discutir como a cultura brasileira lida com as diferenças produzidas pelos imigrantes. A gastronomia imigrante pode ser um espaço de trocas interculturais dos mais interessantes e profícuos para entender, de modo mais amplo, como culturas distintas dialogam e interagem de modo hierarquizado em um espaço como a semiosfera (Lotman, 1999).

Objetiva-se, assim, analisar processos semióticos interculturais que ocorrem neste momento para compreender como uma cultura hegemônica (em nosso caso, a chamada cultura brasileira) acolhe ou refuta outras culturas, assim como discursos sobre as culturas estrangeiras em solo brasileiro produzem efeitos de novidade, de exotismo ou estranhamento em determinada situação. Desse modo, se pode refletir sobre o contato intercultural e suas dinâmicas de reconhecimento ou de recusa (Landowski, 2002) de uma cultura estrangeira em relação à sociedade brasileira.

2. Semiosfera e processos interculturais na gastronomia

A semiosfera é o espaço no qual textos são produzidos e por onde eles circulam. A circulação dos textos, contudo, não ocorre de maneira homogênea, pois a semiosfera não apresenta uma estrutura simétrica. Pelo contrário, é a assimetria que garante a coesão de um determinado sistema semiótico, uma vez que ela é resultado da expressão de fluxos internos da semiosfera, baseados na relação entre centro e periferia, espaços em que ocorrem as traduções e o estabelecimento das normas (Lotman, 1999). Quanto mais longe a periferia está do centro da semiosfera, mais tensas se tornam as relações entre novos textos e as normas impostas. E quanto mais próximo se está da periferia da semiosfera, maior é a possibilidade de se observar o funcionamento de sua fronteira.

A entrada de um novo grupo imigrante passa pela periferia da semiosfera. Alguns dos textos ligados aos imigrantes, nesse caso, se movimentam em direção ao centro da semiosfera. No contexto gastronômico, pode-se mencionar pratos⁴ que foram trazidos pelos imigrantes e que hoje fazem parte da alimentação diária de milhares de brasileiros, como é o caso da macarronada, que é servida às quintas-feiras como prato feito (conhecido como PF) nos restaurantes populares da cidade de São Paulo ou aos domingos nas casas da classe média baixa paulistana. Apesar de a origem ser conhecida, a macarronada já está integrada à rotina da cidade e da vida das pessoas (Ottaiano, 2010).

Se a macarronada já está no centro da semiosfera, tornando-se um padrão e fazendo parte da rotina alimentar da sociedade brasileira, pratos com diferentes características e origens ainda estão em um percurso próprio dentro da semiosfera gastronômica, em diferentes pontos desse caminho. De um lado, se pensa no ceviche, prato de origem andina feita com peixe cru e limão que está sendo cada vez mais difundido e conhecido pelos brasileiros. De outro, o fufu, uma massa, próxima ao que se conhece como polenta, feito à base de milho, mandioca ou arroz e que serve como base para outros acompanhamentos, como carne ou peixe (Senra, 2014).

Tornado um prato mais conhecido a partir de 2013, quando houve um processo de popularização de restaurantes peruanos em São Paulo graças à iniciativa de imigrantes dessa comunidade, o ceviche é um prato típico da culinária peruana (Stano, 2022). Com um valor acessível para os padrões paulistanos, os restaurantes peruanos se notabilizaram em servir o ceviche como um “carro chefe” da culinária desse país (Bueno e Nichile, 2016). O ceviche passou a ser servido em estabelecimentos que não são ligados à cozinha peruana. Por exemplo, é possível encontrar ceviche em restaurantes por quilo na cidade de São Paulo, estabelecimentos em que os consumidores se servem, ou seja, colocam porções diversas de alimentos, conforme seu desejo. Assim, um prato típico encontrado em restaurantes peruanos passou a ser consumido pela classe trabalhadora em escritórios do centro da capital paulistana.

Encontrar um prato típico de uma determinada cultura estrangeira em um estabelecimento comercial sem qualquer vínculo com a cultura peruana é um indicativo de que o ceviche, e a culinária peruana de um modo geral, tem sido responsável por uma mudança na semiosfera gastronômica brasileira. Assim, o que antes estava mais próximo da fronteira da semiosfera está rumando para o centro, a ponto de se transformar em uma comida consumida diariamente, como é o caso da já mencionada macarronada que se tornou um prato do cotidiano, consumido em dias determinados por qualquer brasileiro na cidade de São Paulo.

Lotman (1999) ainda propõe um processo para entender como o texto que vem do exterior da semiosfera realiza seu percurso. Para o semiótico russo, o texto que vem do espaço externo da semiosfera mantém sua estranheza porque é lido em língua estrangeira. Esse estranhamento é encontrado no outro prato mencionado: o fufu. Apesar de ser

encontrado em sites que ensinam seu preparo (Redação Paladar, s/d), o prato da culinária camaronesa e ganense ainda não teve a mesma repercussão vista com o ceviche. De um modo ainda muito restrito, a cidade de São Paulo conta com poucos estabelecimentos de culinária africana (ou seja, nigeriana, camaronesa, senegalesa etc.). Esse é também um indicativo da resistência da sociedade brasileira às culturas africanas, em parte por um viés racista não declarado ou explicitado (Nogueira, 2017). O fufu continua, assim, mais próximo da periferia da semiosfera e, assim, apresenta uma entrada muito restrita, limitando-se a restaurantes de origem africana. Além disso, é índice da resistência da sociedade brasileira o modo como ele é sancionado no discurso jornalístico, cujo trecho é o seguinte: “Agora, se depender de uma camaronesa radicada em São Paulo há seis anos, uma “nova polenta” conquistará a cidade em 2014. Anote este nome **infame** —chegou a hora de experimentar o fufu” (Senra, 2014, destaque nosso).

Apesar de o “infame” se referir ao nome do prato africano, ele mostra uma pré-disposição da cultura gastronômica brasileira a resistir aos atuais pratos da culinária de diversos países africanos. Ironicamente, uma parte considerável da gastronomia brasileira veio do encontro da culinária da população escravizada que viveu no Brasil com o encontro do colonizador português e dos povos originários (Cascardo, 2016). Nesse caso, o fufu e a gastronomia africana ainda se encontram mais próximos da fronteira que, há pouco tempo, romperam para adentrar a semiosfera gastronômica brasileira.

Ao mesmo tempo em que unem e separam semiosferas, as fronteiras são posições mais sensíveis dos processos de semiotização, pois as etapas de desenvolvimento de uma dada cultura possuem contatos com textos que emanam de culturas que antes se encontravam do lado externo das fronteiras (Lotman, 1999). A fronteira se constitui como um espaço de contatos interculturais, em que se produzem textos bilingues. Logo, a fronteira é um mecanismo de tradução dos textos da semiosfera estrangeira na língua da semiosfera receptora, ou seja, a fronteira é um espaço em que o externo se transforma em interno e passa a ser um elemento constitutivo de uma dada cultura. Mesmo nessa tradução, o caminho para o centro da semiosfera pode ser lento, a depender das resistências advindas da semiosfera que absorve os novos textos.

Os dois pratos mencionados estão, assim, em situações distintas na semiosfera. O ceviche está em franca popularização, enquanto o fufu ainda é desconhecido por parte considerável dos brasileiros. Nesse sentido, o prato africano está mais distante do centro da semiosfera, situação contrária ao do ceviche, que tem mais chances de ter a sua identidade peruana diluída, tal como ocorrera com a macarronada.

Por vezes, os processos de acomodamento de elementos culturais estrangeiros ocorrem de modo espontâneo ou planejado. Desse modo, este trabalho tem a hipótese de que quando se caminha para o centro, o texto (ou, em nosso caso, o prato) passa por transformações, na medida em que ele vai perdendo um caráter de estranheza quando entra na semiosfera, por conta de sua “estranheiridade”, e vai ganhando um certo ar

de familiaridade. Assim, a mestiçagem ganha importância na constituição dos pratos na semiosfera culinária, como um processo de tradução e de adaptação cultural (Stano, 2022), ponto a ser desenvolvido em sintonia com a semiótica tensiva e a semiótica do gosto na próxima seção.

3. Processos de mestiçagem e uma semiótica do gosto

Entende-se que há um processo na semiosfera que envolve diferentes etapas de um processo de mistura dos elementos locais com o que chega de fora da semiosfera. É essa mistura que se observa na proposta de Claude Zilberberg (2004) para o qual o semiótico francês chama de mestiçagem. Ela seria constituída por quatro etapas: a separação, a contiguidade, a mescla e a fusão. A primeira etapa, a da separação, se caracteriza pela autonomia das duas grandezas em questão (os sentidos de um prato de culinária estrangeira em um país outro), ou seja, o elemento externo não se encontra ainda ligado a nenhuma referência interna de uma cultura dada. Em seguida, na segunda etapa, a da contiguidade, as grandezas se mantêm distintas, mas já estabelecem algum contato (é aqui que começa o diálogo de uma grandeza estrangeira na semiosfera de uma dada cultura). A mescla seria, assim, a terceira etapa na qual os conteúdos externos são “dissolvidos” no espaço interno da semiosfera, ou seja, ainda é um prato estrangeiro, mas já com características locais. Por fim, a fusão seria a etapa final em que uma nova grandeza surgiria desse encontro entre o externo e o interno, entre o novo e a tradição, e circularia até as bordas da periferia da semiosfera novamente, espaço de inovação por excelência.

O sushi é um caso que merece ser analisado por conta da diversidade que ele apresenta nos dias atuais no contexto gastronômico brasileiro. Originalmente feito com uma base de arroz e peixe cru ou ainda enrolado por uma folha de alga desidratada (o *nori*), é possível observar alterações e misturas feitas em restaurantes de comida japonesa em São Paulo. Dentre as inovações em relação ao prato japonês, seguem alguns breves exemplos: sushi de salsicha, sushi com *cream cheese*, hambúrguer de sushi e o sushi doce (com creme de avelã, chocolate ou ainda alguma fruta). Esses tipos de sushi, que só existem no Brasil, estariam na etapa da mescla, uma vez que articulam elementos distintos em uma forma identificável com o prato original japonês. O exemplo de uma fusão, nessa mestiçagem gastronômica ainda no universo da comida japonesa no Brasil, seria uma variação brasileira do prato japonês: o hot roll, um sushi empanado e frito, muitas vezes acompanhado de *cream cheese* (Degusta, 2022).

Essas variações locais do sushi são facilmente encontradas no Brasil. A existência de tal variação de um prato como o sushi (que poderia ser estendido a outros pratos trazidos pelos imigrantes japoneses) está relacionado, por um lado, à sua popularização, e, de outro, ao modo como a cultura brasileira realiza misturas entre o já dado localmente e a novidade trazida de fora (Cascudo, 2016). Assim, observa-se que uma maneira de entender como um prato (e a cultura do imigrante) se torna um processo mais consolidado na semiosfera, ocupando sua centralidade, é por meio da mistura que se adequa ao gosto médio.

O gosto é um dos elementos constitutivos das dinâmicas presentes na semiosfera. Os processos de aproximação e afastamento do centro da semiosfera não estão na dependência apenas das relações dos textos, mas também de quem os produz e quem os consome, sejam esses textos articulados por meio de qualquer linguagem. Por isso, é preciso trazer para a discussão algumas definições sobre o gosto na perspectiva da semiótica greimasiana.

Para Fiorin (1997), o gosto está ligado ao distinto e ao distintivo, pois ele existe por meio de uma relação. O semiótico brasileiro ainda afirma que “o gosto é a paixão da diferença” (Fiorin, 1997, p. 17). Além da dimensão passional, ligada ao fundamento da subjetividade do sujeito que de alguma maneira avalia algo ou alguém, há uma face social do gosto ligada à lógica diferencial da qual fala Fiorin (1997). Desse modo, há o gosto bom e o gosto ruim, o bom gosto e o mau gosto. São essas oposições que orientam, em um nível mais abstrato, os discursos avaliativos dos objetos que estão no mundo e que podem ser observados em relação aos discursos de consumidores brasileiros em relação aos pratos da gastronomia dos imigrantes.

Para tratar do gosto, Marsciani (1997) reflete sobre dois trechos de *Tristes trópicos*, obra seminal de Lévi-Strauss. Um primeiro movimento faz com que o semiótico italiano aproxime a noção de gosto com a de sanção, para então distingui-la de uma sanção inteligível. Assim, o gosto seria uma sanção sensível, da ordem da experiência. Além disso, o gosto teria uma dimensão aspectual que seria responsável pela fundação da subjetividade, segundo o mesmo autor:

[...] o juízo do gosto é conclusivo, porque delimita um espaço que é o da subjetividade, para além do qual não é permitido avançar duvidando; narrativamente, ele corresponde a uma sanção, uma sanção que assume a inerência sensível entre sujeito e mundo como sistema de valores de referência. (Marsciani, 1997, p. 44).

A sanção sensível requereria, segundo Marsciani (1997), uma adaptação ao conjunto de traços sensíveis que um novo universo de sentidos ofereceria à subjetividade de um sujeito sensível já adaptado às sensibilidades que o já conhecido lhe dava e, em seu limite, o formaria e o definiria enquanto sujeito no mundo em uma relação de implicação mútua. Dessa maneira, a avaliação sobre a culinária do imigrante não se refere somente a critérios inteligíveis, mas também sensíveis, de ajustamento (Landowski, 2014) do gosto da identidade com o gosto da alteridade.

O gosto permite, assim, discutir os sentidos produzidos pelo contato intercultural, ou seja, sobre o encontro de um sujeito cujo gosto é moldado por um outro universo cultural (o antigo) e um novo universo ao qual ele adentra. Isso porque se trata do contato de um sujeito com a culinária de outra cultura e cujo gosto pessoal e habitual vai identificar-se ou chocar-se com o que o objeto em questão – o prato de um determinado restaurante imigrante – enquanto possibilidade de construção de uma significação sensível (Bueno, 2022). Em outras palavras, esse sujeito e o seu gosto vão precisar passar por um processo de adaptação, de ajustamento (Landowski,

2014) mesmo ao que se oferece como algo muito distinto, o que gera a ideia do mau gosto, de que fala Fiorin (1997), ou então retroagir diante de algo desconhecido e estranho ao seu paladar.

Ao sujeito, é dada a possibilidade de encontrar uma satisfação a partir da dimensão sensível ainda desconhecida. Para evitar uma experiência estranha, com a quebra de uma expectativa mínima que produza um desprazer, parece haver a necessidade de misturas e invenções que incidem sobre um prato tradicional, como é o caso do sushi. Desse modo, as variações do prato japonês têm a finalidade de fazer um novo objeto gastronômico ser aceito pelo gosto médio brasileiro por meio de elementos já conhecidos que são, assim, mesclados para se tornarem consumíveis segundo essa ordem média. Desse modo, o prato pode ser adaptador para criar a satisfação no paladar do brasileiro que experimenta tal prato. A satisfação é, assim, parte de uma sanção sensível, tal como propõe Marsciani (1997).

Em todos os casos, o que se observa é uma sanção inteligível e sensível que leva a uma primeira aproximação sobre um gosto coletivo brasileiro em relação à culinária imigrante praticada no Brasil, em particular os novos restaurantes da cozinha africana, latino-americana e asiática que estão em processo de mistura ou não. A sanção é, de um lado, inteligível porque envolve o prestígio atrelado a certos grupos imigrantes, sobretudo do passado: ir a um restaurante japonês, francês, italiano, espanhol ou alemão pressupõe a aceitação tácita do contrato fiduciário (Greimas, 2014) de ser bem servido e comer bem. Em restaurantes de novas culinárias, como a coreana, a chinesa, a peruana, entre outros latino-americanos, há uma certa desconfiância ligada à imagem disfórica que parte da sociedade brasileira tem desses grupos.

Já a sanção sensível tem como característica surpreender positiva ou negativamente a partir da configuração sensível (tato, paladar, odor etc.) produzida pelos pratos da culinária dos estrangeiros, sobretudo nas novas culinárias imigrantes, ainda parcialmente desconhecidas por parte da sociedade brasileira.

4. Conclusões

Este trabalho visou a apresentar processos semióticos de contatos interculturais por meio do campo gastronômico trazido pelos imigrantes. Em uma abordagem mais ampla, a discussão se centrou no desenvolvimento de pratos significativos de culturas dos novos imigrantes e em como elas estão ocupando diferentes lugares na semiosfera gastronômica brasileira. No caso, o ceviche aparece como um prato mais “domesticado” (Stano, 2022) do que o fufu, que permanece encarado como algo estrangeiro e estranho. Nesse sentido, Stano alerta para dois processos dessa relação entre identidade e a comida da alteridade:

[...] por un lado, se nota un movimiento de domesticación que intenta adaptar el sistema (o, en nuestro caso, la gastrosfera) de origen al sistema (o gastrosfera) de destino, “llevando el autor al lector” (como lo diría Schleiermacher, 1838) con el fin de minimizar su extrañeza y hacerlo inteligible; por otro lado, la extranjerización enfatiza más bien la necesidad de “llevar el lector al autor” centrándose en el código de origen y esforzándose por preservar su extranjerismo y diversidad. [...] por um lado, nota-se um movimento de domesticação que tenta adaptar o sistema (ou, no nosso caso, a gastrosfera) de origem ao sistema (ou gastrosfera) de destino, “levando o autor ao leitor” (como Schleiermacher, 1838) a fim de minimizar sua estranheza e torná-lo inteligível; por outro lado, a estrangeirização enfatiza antes a necessidade de “levar o leitor ao autor”, concentrando-se no código de origem e esforçando-se para preservar seu estrangeirismo e diversidade]. (Stano, 2022)

Em uma aproximação do objeto, discutiu-se o processo de mestiçagem e no modo como ele se articula com o gosto. Assim, aventou-se a hipótese de se ter misturas as mais variadas conforme ele seja mais familiar a esse universo de sentidos. Por outro lado, a ausência de variações seria um indicativo de resistências ao prato de uma determinada cultura, tal como parece ocorrer com o fufu e a gastronomia vinda de países africanos de um modo geral.

Assim, retomando o que afirmou Marrone (2022) sobre a possibilidade de se falar da sociedade a partir da comida, é possível observar como há uma desigualdade na disponibilidade de pratos advindos da culinária de origem africana, enquanto há invenções de pratos tradicionais como o sushi (a ponto de ser encontrável prato absurdos, como a pizza-sushi). De algum modo, é preciso refletir sobre as razões para a manutenção da “estrangeiridade” de que fala Stano (2022) para se compreender como o não consumo de determinados pratos pode ser um indicativo de preconceito e de distanciamento de uma cultura trazida pelos novos imigrantes.

É possível encontrar caminhos para facilitar a adaptação e a integração da cultura africana à brasileira? Certamente, sim. Apesar de não ser este o objetivo deste trabalho, entende-se que os meios de comunicação têm um papel fundamental para divulgar e “domesticar” (Stano, 2022) as culinárias estrangeiras, não apenas em relação ao tempero e às misturas, mas sobretudo em relação ao respeito e à empatia com o imigrante, com sua cultura e tradições.

Referencias bibliográficas

- BUENO, A. M.** (2018). Representações de estilos de vida da alteridade nos meios de comunicação: o caso dos imigrantes e refugiados Em A. C. Oliveira (Org.), *Semiótica do social* (pp. 93-118). Estação das Letras e Cores.
- (2022). Espaço e experiência em restaurantes imigrantes. *Galáxia*, 47, 1-17.
- BUENO, A. M. E NICHILE, M. C. F.** (2016) Os novos restaurantes imigrantes: organização espacial e construção de identidades Em A. C. Oliveira (Org.), *Sentido e interação nas práticas: comunicação, consumo, educação e urbanidade* (pp. 265-289). Estação das Letras e Cores.

- CASCUDO, L. C.** (2016). *História da alimentação no Brasil*. São Paulo: Global Editora.
- Comidas japonesas que só existem no Brasil*. (2022, 11 de julio). Portal Terra. <https://www.terra.com.br/vida-e-estilo/degusta/comidas-japonesas-que-so-existem-no-brasil,85e3d07a78027bb-fa0f200b10e76eb32oro2p880.html>
- FIORIN, J. L.** (1997). *De gustibus non est disputandum?* Para uma definição semiótica do gosto. Em E. Landowski e J. L. Fiorin (Orgs.), *O gosto da gente, o gosto das coisas. Abordagem semiótica* (pp. 13-28). EDUC.
- GREIMAS, A. J.** (2014). *Sobre o sentido II. Ensaíos semióticos*. EDUSP/Nankin Editorial.
- LANDOWSKI, E.** (2002). *Presenças do outro*. Editora Perspectiva.
- (2014). *Interações arriscadas*. Estação das Letras e Cores.
- LOTMAN, Y.** (1999). *La sémiotique*. PULIM.
- MARRONE, G.** (2022). *Gustoso e saporito: introduzione al discorso gastronomico*. Boimpiani.
- Marsciani, F. "Também é bonito!" Sobre o aspecto terminativo do juízo do gosto. Em E. Landowski e J. L. Fiorin (Orgs.), *O gosto da gente, o gosto das coisas. Abordagem semiótica* (pp. 29-46). EDUC.
- NOGUEIRA, M.** (2017, 20 de novembro). *A falta de restaurantes africanos escancara nosso racismo*. Folha de São Paulo. <https://cozinhabruta.blogfolha.uol.com.br/2017/11/20/a-falta-de-restaurantes-africanos-escancara-nosso-racismo/>
- OTTAIANO, D.** (2010, 27 de agosto). *Quinta-feira é dedicada ao macarrão. Veja dez lugares para provar prato*. Revista Veja São Paulo. <https://vejasp.abril.com.br/cidades/roteiro-macarrao/>
- Redação Paladar. (s/d). *Receita de Fufu*. O Estado de São Paulo. <https://www.estadao.com.br/paladar/receita/fufu/>
- SENRA, R.** (2014, 12 de janeiro). *Depois dos peruanos, restaurantes populares africanos ganham espaço no centro de SP*. Revista da Folha. <https://www1.folha.uol.com.br/saopaulo/2014/01/1395740-depois-dos-peruanos-restaurantes-populares-africanos-ganham-espa-co-no-centro-de-sp.shtml>
- STANO, S.** (2022). *Ciudades, migraciones y gastronomías emergentes: de la materia alimentaria a los procesos de significación*. Em E. Cuevas e J. E. Finol (Eds.), *Semiótica de la ciudad: prácticas, imaginarios y narrativas*. Fondo Editorial de Universidad de Lima (ebook).
- ZILBERBERG, C.** (2004). *As condições semióticas da mestiçagem*. Em E. P. Cañizal e K. Caetano (Orgs.), *O olhar à deriva. Mídia, significação e cultura* (pp. 69-101). Annablume.

La estética de las ruinas en la caponata entre autenticidad y estereotipo turístico / The Aesthetics of Ruins in the Caponata between Authenticity and Tourist Stereotype

Francesco Mangiapane ORCID 0000-0002-2308-3502

RESUMEN

El artículo propone una reconstrucción del significado de la caponata, un plato histórico de la cocina siciliana, comenzando desde su dimensión simbólica como plato local y comunitario, para luego analizar su definición en el diccionario. Se rastrea la etimología y genealogía de la caponata. A partir de la interpretación de las transformaciones históricas del plato, el artículo plantea la hipótesis de que en su sentido profundo se puede encontrar la estética romántica de la ruina.

Palabras clave: Caponata, estética de las ruinas, semiótica, turismo, autenticidad.

ABSTRACT

This article proposes a reconstruction of the signification of caponata, a historic dish of Sicilian cuisine, starting from its symbolic dimension as a local and community dish, then analysing its dictionary definition. The etymology and genealogy of the caponata are reconstructed. Starting from the interpretation of the historical transformations of the dish, the article puts forward the hypothesis that the romantic aesthetics of the ruins can be traced at the basis of its profound meaning.

Keywords: Caponata, aesthetics of ruins, semiotics, tourism, authenticity.

Francesco Mangiapane es investigador en Semiótica de la Universidad de Palermo, Italia, donde imparte cursos de Semiótica del Patrimonio Cultural y Semiótica de la Gastronomía. Es vicepresidente del Circolo Semiologico Siciliano y dirige, junto con Gianfranco Marrone, la serie Nuovi quaderni del Circolo Semiologico Siciliano para las ediciones del Museo Pasqualino francesco.mangiapane@unipa.it

FECHA DE PRESENTACIÓN: 20/06/2023 **FECHA DE APROBACIÓN:** 18/07/2023

1. El plato de la "sicità"²

La caponata es uno de los platos símbolo de la cocina siciliana. Algunas de sus características compositivas y organolépticas se prestan a ser asumidas como estereotipo¹ de una Sicilia ancestral, extravagante y exótica, un destino turístico anhelado desde una mirada "continental" —es decir, ubicada en el Norte) que ve lo siciliano —una condición existencial tan peculiar que se desborda en la "sicità"²— como su reverso carnavalesco (Bachtin, 1965). Según este cliché, por un lado, estaría la rutina diaria de la ciudad, basada en la formalidad y la despersonalización de las relaciones sociales, mientras que en otro lugar, pero de alguna manera al alcance de la mano, está Sicilia, con su eterna promesa de autenticidad, ligada al universo de lo informal y la afiliación comunitaria³. El estereotipo siciliano funciona de esta manera en una doble vía, como un elemento identitario hiperlocal cuyos rasgos se presentan como intraducibles e indisolublemente ligados a un territorio limitado, pero también como un signo genérico de un mundo antiguo y comunitario —lento...— por recuperar, en busca de una reunión con su propio tiempo perdido durante el breve lapso de las vacaciones. Como se mencionó antes, en este exotismo la caponata se convierte en abanderada, asumiendo los rasgos de la cocina sintética (Montanari, 2004, pp. 73-79), premoderna y comunitaria, que fue dominante en Europa hasta la llegada de la cocina moderna, que se afirmó aproximadamente desde la Ilustración y la Revolución Francesa. La característica compositiva de los platos de la cocina sintética, según Montanari (2004, pp. 75-76), sería su disposición a incorporar en su interior "todos los sabores y, por lo tanto, todas las virtudes" que puedan ser reconocidos en una determinada cultura, conectándolos entre sí. Mientras que la cocina moderna iluminista tendería a separar los ingredientes y sabores para su reconocimiento, la cocina sintética buscaba mantenerlos juntos en un solo plato, quizás combinándolos con algún tipo de amalgama. Platos agrídulces, pasteles de carne, verduras o pastas, cremas y mostazas para acompañar las carnes representan la forma en que la cocina premoderna avanza, proyectando una verdadera cosmología basada en una complicidad comunitaria silenciosa e informal, indiferente a cualquier apelación interpretativa proveniente del exterior. Es por eso que los platos de la cocina premoderna sintética tienden a rechazar cualquier interfaz comunicativa, a adoptar formas enigmáticas o desviar los sabores, impidiendo que el comensal pueda tener una idea de lo que está comiendo a partir del análisis del plato o de una crítica improvisada. En la cocina sintética, los ingredientes y sabores se fusionan, se ocultan el uno en el otro, emergiendo como una totalidad indivisible, de un bien para pensar (Lévi-Strauss, 1962a, p. 132), colectivo basado en la pertenencia y la resistencia al cambio: la bondad de un plato, en tal universo culinario, se mide no por el juicio del crítico, sino por la capacidad del plato de ser bueno para los miembros de la comunidad y de mantener sus rasgos característicos a lo largo del tiempo, a pesar del paso de las generaciones⁴. Y se entiende que tal disposición a mantenerse a sí mismo (Ricœur, 1990 reinterpretado por Floch, 1997) representa una proyección de la propia comunidad, de la cual el plato se convierte, por lo tanto, en una hipóstasis. Es fácil

reconocer la caponata siciliana en este contexto: su mezcla de verduras, su composición agrídulce y su untuosidad envolvente la convierten en un perfecto superviviente de la cocina sintética, listo para ser utilizado como un fetiche identitario de una supuesta especialidad siciliana, la "sicità" mencionada anteriormente.

2. Una genealogía de la caponata

Con el fin de garantizar una correspondencia biunívoca entre el "pueblo" y el plato, la caponata se convierte, entonces, en la versión de sus exegetas locales (tomemos como ejemplo a Basile, 2015, pp. 11-13), en un plato inequívocamente siciliano, resultado de la combinación entre la antigua salsa agrídulce —que se remonta a la Persia preislámica— llegada a Sicilia gracias a la dominación árabe y las características berenjenas locales —"a culu tunnu", es decir, "de culo redondo"⁵). A partir de esta afirmación de sicilianidad, se reconstruyen etimologías relacionadas ahora con el "cappone" de los marineros o con las galletas empapadas en agua salada condimentadas con ajo, aceite, vinagre y cebolla, ahora con la "caponata" o el relleno con el que en la Sicilia del siglo XIX se aderezaban aves de corral como faisanes y capones. Además, siempre según Basile, sostiene que la abundancia de recetas disponibles hasta el día de hoy del famoso plato se debe al individualismo del pueblo siciliano. Otros autores locales (como Tasca Lanza⁶, 1995, p. 80) atribuyen al término "caponata" una referencia al pez "capone" —denominación utilizada en Sicilia para referirse a la dorada. Esta asociación ha sido tan exitosa que ha generado el uso local, cada vez más extendido en la zona de Palermo, de servir la salsa condimentada con toques de este pescado o como acompañamiento. Recordar cómo el "capone" es un "pez azul que 'pasa' en otoño por las aguas sicilianas", como menciona Tasca Lanza en el pasaje citado, logra una vez más el efecto de conectar inevitablemente al "pueblo" y al plato.

3. El gesto de cortar en trozos

Basta con ampliar el horizonte de observación para darse cuenta de cómo la caponata emerge como una especialidad eminentemente campesina y mediterránea. Podría ser eficazmente definida como un plato matriz, constituido por la amalgama de algunos ingredientes icónicos disponibles a lo largo de toda la costa. El *pisto* manchego, la *kapunata* maltesa, la *ratatouille* francesa, el *canazzo* siciliano, la *cianfotta* napolitana, la *shakshuka* magrebí y posteriormente israelí, el *briami* griego y el *imam bayildi* turco son reescrituras del patrón mediterráneo que constantemente se cruzan con estos ingredientes (Mangiapane, 2015, pp. 147-153).

Sin embargo, además de la consonancia de los ingredientes, lo que constituye el vínculo de estas preparaciones es un gesto culinario fundacional, el de "cortar en trozos"⁷ —es decir, picar groseramente, triturar— que Pfister (2007) reconoce como la referencia etimológica del término caponata —derivado de la raíz latina

*capp**, con el significado de “picar, cortar en pequeños trozos”). Este “motivo del grumo” –presente también en la palabra provenzal “*ratatolba*” a la que se atribuye el término *ratatouille* con el significado de revolver, picar–, es decir, la referencia a la acción de picar, podría considerarse como la matriz semántica fundamental en la base del plato: su idea. Una hipótesis de este tipo tiene la ventaja de superar el referencialismo de las etimologías propuestas en los recetarios examinados anteriormente, al apelar a la procesualidad intrínseca en la base de la preparación del plato. Para definir la caponata y sus mil variantes mediterráneas, se podría aventurar que no es importante ni determinar qué alimento lo acompañaba –¿el *cappone*? ¿la *lampuga*?–, ni cuáles eran las variedades de verduras utilizadas, sino considerar la procesualidad intrínseca, el gesto fundamental de su preparación: precisamente, el acto de cortar en trozos.

4. Una definición del diccionario

El diccionario en línea de Treccani, en la entrada *caponata*⁸, ofrece tres acepciones:

caponata (o **capponata**) s. f. [por su etimología, ver *cappone di galera*]. - 1. Alimento frugal que solían consumir los marineros, consistente en galletas remojadas en agua salada y condimentadas con aceite, vinagre, ajo y cebolla. 2. Plato napolitano, también conocido como *panzanella alla marinara*: especie de ensalada hecha con galletas blandadas en agua, anchoas, cebollas y tomates frescos en rodajas, albahaca y ajo, pimientos verdes y aceitunas, todo ello aliñado con aceite, vinagre, sal y pimienta. Un plato similar (pan tostado blandado en agua y condimentado con aceite, sal, etc.) también es tradicional en Apulia y Calabria. 3. Plato de la cocina siciliana a base de berenjenas fritas en trozos con apio, cebolla, alcázaras, aceitunas, tomate, etc., aliñado en agridulce.

Es evidente, en comparación con las reconstrucciones mencionadas anteriormente, cómo el diccionario elige seguir la pista etimológica que conecta la caponata con el *cappone di galera*, pero al mismo tiempo, con astucia, identifica tres preparaciones autónomas, evitando conectarlas en una sola trayectoria histórica y dejando así la responsabilidad de interpretación al lector. Se puede observar cómo estas tres acepciones tienen más de algo en común, a pesar de que el diccionario no se molesta en señalarlo. En primer lugar, está el motivo del grumo: cada uno de los tres platos incluye elementos cortados en trozos más o menos pequeños⁹. Luego, hay una clara correspondencia entre la primera y la segunda acepción, por lo que la segunda se presenta como una expansión de la primera. A juzgar por la descripción que se hace, el *cappone di galera*, es decir, las galletas blandadas en agua salada condimentadas apresuradamente con aceite, ajo, cebolla y vinagre, representaría una especie de grado cero de la *panzanella alla marinara*, una ensalada napolitana construida potenciando su idea básica con condimentos afines y compatibles con los ya utilizados –pimientos, tomates, etc.– en el *cappone di galera*. En este caso, el lector puede fácilmente llenar el vacío del texto, identificando una línea de continuidad entre las dos primeras acepciones señaladas por el diccionario. Sin embargo, lo que marca

una diferencia interpretativa abismal es la tercera definición: el pan y su némesis, es decir, las galletas blandadas, desaparecen, aparece la fritura –tanto el *cappone di galera* como la *panzanella* son platos crudos– y lo agridulce.

Pasaje claro		Abismo interpretativo
1. Comida frugal utilizada antaño por los marineros, consistente en una galette sumergida en agua salada y aliñada con aceite, vinagre, ajo y cebolla.	2. Un plato napolitano, también conocido como <i>panzanella alla marinara</i> : una especie de ensalada hecha con galletas blandadas en agua, anchoas, cebollas y tomates frescos cortados en rodajas, albahaca y ajo, pimientos verdes y aceitunas, todo aliñado con aceite, vinagre, sal y pimienta. Un plato similar (pan de galleta blandado en agua y aliñado con olio, sale, ecc.) también es tradicional en Apulia y Calabria.	3. Plato siciliano de berenjenas fritas picadas con apio, cebolla, alcázaras, aceitunas y tomate, etc., condimentados con agridulce.

TABLA 1. Las tres definiciones de *caponata* en el diccionario Treccani

Lo que conecta la *panzanella alla marinara* con la *caponata siciliana* no está claro. Si recurrimos a recetarios históricos¹⁰, se puede observar que, en el siglo XIX, el término “caponata” se refería principalmente a la *panzanella*¹¹ –como se registra en el recetario canónico de Ippolito Cavalcanti (1837, pp. 183-188). Solo más tarde –ya en los años 50 del siglo XX– encontramos rastros de la caponata en su tercera acepción, es decir, con las berenjenas¹². El análisis semiótico puede ser útil para resolver este enigma. ¿Qué tienen en común el pan duro (o las galletas) utilizadas en la *panzanella* con las berenjenas, el ingrediente principal de la caponata siciliana? Si observamos la determinación taxonómica de los dos ingredientes, parecería que no tienen nada que ver entre sí: el pan, producto derivado de la fermentación, levadura y cocción del trigo, utilizado en la cocina desde tiempos inmemoriales, es indudablemente un alimento diferente a la berenjena, fruto de la planta homónima que llegó a Europa a través de los árabes, pasando por Sicilia. Sin embargo, al mirar ambos alimentos desde el punto de vista del “bricolaje” (Lévi-Strauss, 1962b, reinterpretado por Floch, 1997), es decir, desde esa “ciencia de lo concreto”¹³ que, según el famoso antropólogo, anima el “pensamiento salvaje”, se puede notar cómo sus cualidades sensoriales son absolutamente comparables, tanto que estos dos alimentos pueden ser intercambiables en función de su capacidad para desempeñar una misma función gastronómica. Para comprender esta homología, recurrimos al trabajo de Spinelli (2013) sobre la *panzanella toscana*. En este plato, el pan desempeña un papel opuesto al de las hortalizas y articula una dialéctica entre consistencias: lo primero /mullido/ versus lo segundo, que encarna el régimen de lo /consistente/. Esta misma tensión se puede encontrar en la articulación de la caponata siciliana, que parte de su encanto radica en el juego de densidades a

través del cual se estructura su consumo, pasando desde un máximo de crujiente – representado por el apio– hasta un máximo de suavidad –las berenjenas. El pan, en la *panzanella*, también cumple el papel de agente responsable del *mélange*, es decir, capaz de absorber los sabores de los ingredientes individuales y liberarlos hibridados, interconectados entre sí. Se puede inferir que, en la caponata, esta misma función es desempeñada por las berenjenas, que toman el lugar del pan remojado en función de su capacidad de absorción.

En su análisis, Spinelli observa cómo cada vez más frecuentemente la *panzanella* tradicional se remodela en una variante moderna, la *panzanella croccante*. La diferencia entre la versión canónica y la moderna de este plato radica precisamente en el tratamiento del pan: en el primer caso, como se mencionó, se remoja, mientras que en el segundo caso se fríe en aceite. Según Spinelli, la función del pan cambia por completo en las dos versiones de la *panzanella*. En el primer caso, su tarea era unir los ingredientes y devolver unidad al plato, mientras que en el segundo caso se convierte en un vector autónomo de sabor gracias a la operación de cauterización¹⁴ de la fritura, que, además de hacerlo crujiente, inhibe su papel como caja de resonancia de los sabores y le otorga la tarea de ser portador del sabor particular del aceite, su *quid* gastronómico específico, gracias a haber sido impregnado de él durante la fritura.

Estas consideraciones resultan muy útiles para reconstruir una genealogía de la caponata siciliana, llenando el vacío que impedía reconocer la continuidad que une las dos primeras definiciones del diccionario –*cappone di galera* y *panzanella napoletana*– con la tercera –caponata siciliana propiamente dicha. Si aceptamos la idea de que la berenjena puede haber sido considerada como un sustituto del pan, no en función de su estatus alimentario –ya que, como se mencionó, son elementos totalmente diferentes–, sino en función de su función profunda –la de ayudar a absorber y mezclar sabores –, se puede reconocer la continuidad perdida que une a estos dos platos. Por otro lado, también vale la pena observar cómo la caponata siciliana representa una especie de término intermedio entre las dos versiones de la *panzanella* descritas por Spinelli. Si el tratamiento de las berenjenas se asemeja al que recibe el pan en la *panzanella croccante* –las berenjenas se fríen y se debe tener mucho cuidado para que la cauterización cumpla su función y no permita que liberen demasiado aceite–¹⁵, por otro lado, el agridulce, elemento característico de la receta siciliana que no está presente en la *panzanella*, cumple el papel opuesto, es decir, rompe la cauterización de la fritura y devuelve parcialmente a la berenjena su papel original de caja de resonancia de sabores. En resumen, la caponata se constituiría a través de una isotopía, una microhistoria que dramatiza el paso del /estructurado/ a lo /informe/. Es como si, a través de la fritura, se quisiera fundar la autonomía de la berenjena como ingrediente portador de una especificidad gastronómica, evitando que se impregne del aroma de los demás ingredientes gracias a la cauterización garantizada por la fritura, devolviéndole fragancia y autonomía. El objetivo de esta búsqueda de estructuración sería escenificar su desmantelamiento parcial, durante la llamada fase de “reposo”, en la que tiene lugar la función corrosiva del agridulce¹⁶.

5. El sentido de la caponata

Una vez establecidos sus límites gustativos y semióticos, el espectáculo de la caponata estaría garantizado por su desmoronamiento lento, gracias al agridulce. La caponata puede, entonces, progresivamente tender a una *panzanella* cuyos ingredientes se materializan en una suerte de autonomía debilitada por la acidez corrosiva del agridulce, en acción durante la fase de “reposo”. Se ofrece, por tanto, como metáfora, representando el espectáculo de su caída y el desmoronamiento de su arquitectura frente al paso del tiempo.

Aquí se explica el encanto de la caponata como un símbolo destacado de Sicilia. No solo es un plato exótico informal y comunitario, sino sobre todo un espectáculo de una muerte incipiente que asigna un papel específico al comensal, el de ser un testigo extremo y el último explorador de su geografía en ruinas. Se le invita a sumergirse, con una mezcla de asombro y nostalgia, en las grandiosas profundidades de su mito perdido.

Notas

1. Se trata de un estereotipo literario, ampliamente amplificado por los medios de comunicación. En los últimos años, ha sido revitalizado por las novelas de Camilleri sobre el comisario Montalbano y aún más por la serie dedicada a él (cfr. Marrone 2018).
2. El término, acuñado a partir de una intuición del intelectual palermitano Crescenzo Cane (1974 [1959]), es utilizado por primera vez por Sciascia en el ensayo “Sicilia” (1963).
3. Utilizamos los términos de afiliación comunitaria y societaria en referencia a Tönnies (1887).
4. En otro lugar (Mangiapane, 2013, p. 248), he identificado dos prácticas enunciativas culinarias especulares, una espacial que considera el valor de la mesa en función de su capacidad para convocar productos de lugares distantes, y la otra, temporal, que selecciona los platos en función de su capacidad para perdurar en el tiempo, a pesar de los cambios en los gustos y el paso de las generaciones. La primera práctica enunciativa sería característica de la mesa burguesa, mientras que la segunda lo sería de la cocina tradicional.
5. La referencia a la particular variedad de berenjenas se menciona en otro artículo de Basile (2007), publicado en línea.
6. Las consideraciones que aquí se exponen surgen de la comparación de algunos de los recetarios sicilianos más conocidos, a saber Allotta (2010), Coria (1981), Maiora e Minerdo (eds. 2014), Pomar (1992), Tasca Lanza (1995). Junto a estos recetarios se consultaron otras referencias, especialmente Bay. (ed., 2010) y el popular sitio de recetas italianas *Giallozafferano.it*.
7. En el original “dadolare” –cortar en dados– correspondería, según la famosa tipología del tratamiento de la materia propuesta por Bastide (1987), a la transición de lo estructurado a lo amorfo, lograda a través de la operación de “deestructuración” de los ingredientes.
8. <http://www.treccani.it/vocabolario/caponata/>. Consultado el 04 Junio 2023.
9. La galleta en sí misma ya se presenta como una unidad integral, una pequeña porción de una totalidad perdida (el pan). Pero también hay ajo, cebolla, tomates, berenjenas, etc., todos ellos unidos por estar reducidos a fragmentos, triturados.

- 10.** Así como lo hemos hecho, siguiendo las recetas de Cavalcanti, Anónimo (1857), Vertua (1958).
- 11.** Recordemos que la panzanella es un plato extendido por toda Italia central, especialmente en Toscana.
- 12.** Ocurrencia verificada, por ejemplo, en la receta de la Caponatina publicada en Vertua (1958).
- 13.** La práctica enunciativa del bricolaje considera los objetos según el criterio de sus cualidades sensibles, independientemente de su función en el sistema cultural (un libro puede ser utilizado para nivelar una pata de una mesa, sin importar el propósito para el cual fue escrito). Sobre el concepto de bricolaje como práctica enunciativa, Floch (1997, pp. 186-192) también interviene.
- 14.** Marrone (2016) ha abordado el papel cauterizador de la fritura. Se ha desarrollado una tipología semiótica de las “formas del frito” por Battistini, Mondino y Puca (2018).
- 15.** Vanno in questo senso, per esempio, le indicazioni di Allotta (2010, p. 281) –“escurridas y colóquenlas sobre papel de cocina–, Basile (2007) –que atribuye a la variedad siciliana de berenjenas la característica de liberar poco aceite durante la cocción–, Ragusa (2016, p. 130) –“colóquenlas en un escurridor para que escurran el exceso de aceite”.
- 16.** Todos los recetarios tomados en consideración subrayan la importancia de la fase de reposo como momento en el que se fusionan los sabores del plato. Consideran que el tiempo mínimo de reposo es el necesario para que la caponata se enfríe (sólo en un caso, entre los analizados, se admite servirla tibia, cfr. Maiorca i Minerdo, 2014, p. 24), llegando incluso a requerir una espera de doce horas y un tiempo máximo de consumo de hasta cuatro días. Coria (1981, p. 446): “servir la caponata fría”. Ragusa (2016, p. 139): “Dejar enfriar la caponata y conservar en el frigorífico 12 horas cubierta con film transparente”, Bay (ed., 2010, p. 193): “La caponata se conserva bien hasta por cuatro días en el refrigerador, en un recipiente fresco”, “Por último, añade un puñado de hojas de albahaca, mezcla y deja enfriar la caponata unas horas antes de servir” (Bay, ed., 2010, p. 194). Pomar (1992, p. 163): “servir perfectamente frío, incluso al día siguiente”. Allotta (2010, p. 281): “sirva la caponata fría espolvoreada con almendras tostadas y picadas”. Giallozafferano.it (<https://ricette.giallozafferano.it/Caponata.html>, consultado el 13 de febrero de 2024): “Mezclar todo bien, pasar la caponata a una fuente de horno y guardar en el frigorífico ya que la peculiaridad de la caponata es que se debe servir fría o a temperatura ambiente: al día siguiente estará aún mejor”.

Referencias bibliográficas

- ANÓNIMO.** (1857). *Manuale del cuciniere italiano particolarmente della cucina siciliana*. Sandron.
- ALLOTTA, A.** (2010). *La cucina siciliana in 1000 ricette tradizionali*. Newton Compton.
- BACHTIN, M.** (1965). *Tvorčestvo Fransua Rable i narodnaja kul'tura Srednevekov'ja i Rennessans*. Chudožestvennaja literatura.
- BASILE, G.** (2007, 2 de abril). *La Cucina siciliana all'epoca dei Florio: La Caponata*. Gaetano Basile. El sitio de Gaetano Basile, palermitano D.O.C. <http://www.spaghetitaliani.com/user/gaetanobasile/VisArticolo.php?CA=10546>.
- (2015). *Piaceri e misteri dello street food palermitano. Storia aneddoti e sapori del cibo di strada più buono d'Europa*. Flaccovio.
- BASTIDE, F.** (1987). Le traitement de la matière : opérations élémentaires. *Actes sémiotiques*, 89.
- BATTISTINI, E., MONDINO, M. Y PUCA, D.** (2018). Le forme del fritto. *Roots Routes*, 27.
- Bay, A. (Ed.). (2010). *Cucina*. Garzanti.
- CANE, C.,** (1974). La sicilitudine (la struttura della sicilitudine). En *La bomba proletaria* (pp. 85-88). Movimento-Anti. (Trabajo original publicado en 1959)
- CAVALCANTI, I.** (1837). *Cucina teorico – pratica*. Palma.
- CORIA, G.** (1981). *Profumi di Sicilia. Il libro della cucina siciliana*. Cavallotto.
- FLOCH, J.-M.** (1997). *Identità visive. Costruire l'identità a partire dai segni*. Franco Angeli. (Trabajo original publicado en 1995)

- LÉVI-STRAUSS, C.** (1962a). *Le totémisme aujourd'hui*. Plon.
- LÉVI-STRAUSS, C.** (1962b). *Le pensée sauvage*. Plon.
- MAIORCA, C. Y MINERDO, B.** (Eds.). (2014). *Ricette di Sicilia*. Slow Food.
- MANGIAPANE, F.** (2013). Il pranzo di Babele. Misunderstanding nel 'Pranzo di Babette'. En D. Mangano y G. Marrone (Eds.), *Dietetica e semiotica. Regimi di senso* (pp. 227-259). Mimesis.
- (2015). Scontri etnici e corpi gloriosi. Mangiare al cinema. En G. Marrone (Ed.), *Buono da pensare. Cultura e comunicazione del gusto* (pp. 133-166). Carocci.
- MARRONE, G.** (2016). *Semiotica del gusto*. Mimesis.
- (2018). *Storia di Montalbano*. Museo Pasqualino.
- MONTANARI, M.** (2004). *Il cibo come cultura*. Laterza.
- PFISTER, M.** (2007). Bramangiari e capirota: la prospettiva storico-etimologica. En M. Castiglione y G. Rizzo (Eds.), *Parole da gustare. Consuetudini alimentari e saperi linguistici*. CSFL-Dipli.
- POMAR, A.** (1992). *L'isola dei sapori. 300 ricette della cucina tradizionale siciliana fra storia e leggenda, curiosità, riti e celebrazioni*. Good.
- RAGUSA, M.** (2016). *Cucina siciliana di popolo e signori. 216 ricette tradizionali e innovative*. Momenti.
- RICŒUR, P.** (1990). *Soi-même comme un autre*. Seuil.
- SCIASCIA, L.** (1963). Sicilia. In *Cara Italia*. Fondazione Montecatini.
- SPINELLI, S.** (2013). Il contributo della semiotica allo studio della gastronomia. Un approccio interdisciplinare per l'analisi dei piatti. *E/C serie speciale*, 14, 35-45.
- TASCA LANZA, A.** (1995). *La Sicilia in Cucina*. Mondadori.
- TÖNNIES, F.** (1887). *Gemeinschaft und Gesellschaft*. Reislad.
- VERTUA, C.** (1958). *Mangiare e bere in Sicilia*. Giglio di Rocca.

Lo criollo y la denominación /cocina criolla/ en la cultura impresa y la literatura de Buenos Aires / The “Criollo Culture” and the Designation /Cocina Criolla/ in Print Culture and Literature of the City of Buenos Aires

Carina Perticone ORCID 0009-0007-7192-8286

RESUMEN

En el presente trabajo buscaremos dar cuenta del proceso de adopción, en la ciudad de Buenos Aires, del representamen “cocina criolla”. Comenzaremos por presentar el problema de la materialidad de la palabra como representamen de un signo verbal (Peirce, 1974); la complejidad del interpretante como cluster de significados (Escandell Vidal, 2007) y su circulación (Verón, 1998). Luego daremos lugar a un recorrido histórico a través de los usos de la denominación /criollo,a/ (Garavaglia, 2008) en Buenos Aires, efectuando un análisis comparativo con los datos en otros puntos de Latinoamérica. Continuaremos con los antecedentes de las denominaciones utilizadas para referir al conjunto de cocinas presentes en el territorio argentino antes de la generalización de la expresión /cocina criolla/, para luego centrarnos en las condiciones que favorecieron su adopción.

Palabras clave: cocina criolla, prácticas sociales, semiosis, cultura impresa, literatura.

ABSTRACT

In the following work we will attempt to give an account of the process of adoption, in the city of Buenos Aires, of the representamen /cocina criolla/ (criolla cuisine). We will start by presenting the problem of the materiality of the word as a signifier of a verbal sign (Pierce, 1974); the complexity of the interpretant as a cluster of meanings (Escandell Vidal, 2007) and its circulation (Verón, 1998). Then we will take a historical journey through the usages of the designation /criollo,a/ (Garavaglia, 2008) in Buenos Aires, carrying out a comparative analysis between them and those in other parts of Latin America. Next we will look at the backgrounds of the designations used to refer to the array of cuisines present in Argentina before the generalization of the term /cocina criolla/ in order to later focus on the conditions that favored its adoption.

Keywords: Creole cuisine, social practices, semiosis, written culture, literature.

Carina Perticone. Universidad Nacional de las Artes, Área Transdepartamental de Crítica de Artes. Es doctoranda en Artes (orientación Historia y Teoría), Magister en Crítica y Difusión de las Artes y docente en la cátedra de Lenguajes Artísticos y en el Seminario de Investigación para Práctica Curatorial. Es egresada del Programa Especial de Posgrado en Antropología de la Alimentación (IDAES-UNSAM). Fue contenidista del proyecto Piso 9 – Alimentación y cultura del Centro Cultural Kirchner y publicó los libros *Crónica de la gastronomía porteña* (con Marcelo Álvarez, AHRCC, 2011) y *Cocina, cuisine y arte* (UniCen, 2020). carinaperticone@gmail.com

FECHA DE PRESENTACIÓN: 20/06/2023 FECHA DE APROBACIÓN: 30/09/2023

1. La historia que nos contaron

En el contexto de la etapa inicial de la investigación para una tesis doctoral hemos encontrado que en Argentina, contrariamente a lo que sugieren los poquísimos libros de historia de la alimentación publicados en nuestro país, el uso de la denominación /cocina criolla/ aplicada a un recorte de nuestras cocinas locales tiene aparentemente poco menos de 130 años de historia en nuestra cultura impresa. También “comida criolla”, “platos criollos”, “empanadas criollas” habrían sido adoptados mucho más tarde de lo que los actos escolares de días patrios y el periodismo gastronómico vernáculo nos han hecho creer (no citaremos los casos periodísticos porque nuestra intención no es discutir con éstos, sino dar cuenta de la procedencia de esta creencia tan arraigada).

El fenómeno que llama nuestra atención no es tan raro; en distintos países de Latinoamérica el uso en la cultura impresa de /cocina criolla/ para ciertas cocinas locales también pareciera ser tardío si se lo compara con el tiempo de existencia de las recetas y prácticas culinarias “criollas” en sus respectivos territorios. Lamentablemente no podemos profundizar en esto (excede las posibilidades de cualquier investigador/a por falta de tiempo y recursos para acceder a las fuentes correspondientes a cada uno de los países latinoamericanos), y lo que se puede observar por vía de textos antiguos digitalizados presentes en diversas páginas web es poco. De todos modos, sin salir de ese mismo gran corpus textual digital sí se puede observar que entre las menciones de los platos que luego fueron categorizados como criollos y la aparición de la expresión misma /platos criollos/ hay una cantidad importante de años, cuando no de décadas, y lo mismo sucede con la aparición de /cocina criolla/. Como ejemplo, para Perú encontramos menciones de varios de esos platos (algunos compartidos con las cocinas de otros países, como el nuestro o como Chile): el charquicán, el chupe, la carapulcra, el pepián, la cecina, la mazamorra, la patasca, etc., en un texto de 1798 (Terralla y Landa, 1798, p. 47). La aparición peruana más temprana de /platos criollos/ corresponde a 1860 (Fuentes, 1860, p. 262) y la de /cocina criolla/ figura en 1875, en las famo-

sas *Tradiciones Peruanas* de Ricardo Palma (Palma, 1875, p. 106). Todo esto siempre dentro del mismo corpus digital ya mencionado, en que la aparición más temprana para /cocina criolla/ en Argentina (cuyo centro editorial era Buenos Aires) es en 1896 (Leguizamón, 1896, p. 278). Para nuestra sorpresa, por fuera de este corpus tampoco hemos encontrado presencias de /cocina criolla/ anteriores a esa, ni en recetarios, ni en documentos antiguos, ni en la gran cantidad de libros, diarios y revistas en papel que hemos revisado, aunque por supuesto puede haberlas en las que no llegamos a relevar (todavía): *La prensa*, *El diario*, etc. Sí hemos encontrado /comida criolla/, /platos criollos/ y otras maneras de referir a “lo criollo” en relación con la comida, pero también son menciones tardías, como veremos en la sección 3.

2. El representamen /cocina criolla/

/Cocina criolla/ es el representamen de un signo verbal y como tal y en sentido peirceano, de un símbolo (Peirce, 1974, p. 94). Vale recordar que, siguiendo a Peirce, el signo está constituido por tres elementos: el representamen, el objeto (que hoy es denominado “referente”) y el interpretante (cuya definición es demasiado compleja para desarrollar aquí, por lo que diremos que es algo asimilable a lo que llamamos “significado”; Sercovich, 1974, p. 14, y que incluye al significado descriptivo y al no descriptivo en sus distintos modos, como el valorativo, Escandell Vidal, 2007, pp. 27-28). En la tipología triádica del signo peirceano, el símbolo es el signo en que el representamen y el referente están vinculados por una convención cultural (Peirce, 1974, p. 94) sin que haya similitudes o contigüidad material entre ambos, que es justamente el caso de las palabras. No creemos que sea necesario al día de hoy aclarar que la tipología de signos de Peirce no es una tricotomía en el sentido en que lo afirmaba Umberto Eco, como si se tratase de tres compartimentos estancos (Eco, 2000, p. 268), o por lo menos no se la entiende así en la semiótica contemporánea. Tampoco entraremos en la discusión, que es propia de la filosofía del lenguaje -y podría serlo de una filosofía de la semiótica- sobre si el referente de una palabra es un objeto o entidad del mundo, o una representación mental (Eco, 2000, p. 115). Que “las cosas” no estén en las palabras no es obstáculo para que en el día a día de la vida cotidiana se usen las segundas para hablar de, o denominar a, las primeras; en la praxis del vivir los actores sociales no pueden estar preocupados por la posibilidad de caer en la temida (en los ámbitos académicos) “falacia referencial” (Eco, 2000, p. 104).

/Cocina criolla/ es una expresión perteneciente al lenguaje verbal articulado. Los procesos de creación o adopción de estos signos verbales pueden ser observados desde la teoría de los discursos sociales de Eliseo Verón aunque un solo signo no constituya por sí mismo lo que llamamos “discurso” porque, al igual que este último, los signos se producen, se difunden, se interpretan y sus efectos en los receptores sólo se hacen visibles a partir de su uso en la producción de nuevos discursos. Esto implica entonces que los signos tienen unas condiciones de producción y unas condiciones de reconocimiento y participan de una circulación, que es la distancia (temporal, cultural,

social) entre producción y reconocimiento (Verón, 1998, pp. 130-131). Por esta razón elegimos la teoría de los discursos sociales como marco general y punto de partida para este trabajo: porque hace especial énfasis en la cuestión de la circulación, que es especialmente adecuada para trabajar problemas en diacronía (como lo es un proceso de resignificación), y en las condiciones de producción de signos y discursos. Estas condiciones corresponden a lo contextual histórico, geocultural y social, e incluyen a otros signos y textos y a gramáticas de producción (Verón, 1998, p. 135) que están temporal, social y espacialmente situadas

Por último, /cocina criolla/ funciona como una unidad de sentido conformada por más de un término. Por lo tanto, este binomio de términos es entonces un representamen, como lo son también por separado /cocina/ y /criolla/. Cada uno de estos términos tiene distintas acepciones, pero si están juntos, /criolla/ condiciona a /cocina/ de modo en que esta palabra ya no remitiría a “la cocina” en general, es decir, al conjunto total de prácticas culinarias de la especie humana, ni al espacio físico dedicado especialmente para la realización de esas prácticas. En este caso, al igual que si dijésemos “cocina salvadoreña”, “cocina nordestina” o “cocina bantú” estaríamos hablando de un recorte específico diferenciado de la cocina “en general”; de un conjunto de prácticas dirigidas por un conjunto de reglas (explícitas o no) que producen un repertorio de bienes (“platos” o “preparaciones”), estando ese recorte específico asociado a un territorio, a una unidad geopolítica o geofísica, o a un grupo étnico determinado. Desde la antropología, para que ese recorte específico pueda ser entendido como “una cocina” o un sistema culinario debe constar de:

“1. Un número limitado de los alimentos seleccionados de entre los que ofrece el medio. Los criterios de selección han sido, por lo general, la facilidad de acceso y las cantidades que se pueden recoger en función de la energía que hace falta emplear para obtenerlos; 2. El modo característico de preparar estos alimentos (por ejemplo: cortados, asados, molidos, hervidos, etc.); 3. El principio o los principios de condimentación tradicional del alimento base de cada sociedad; 4. La adopción de un conjunto de reglas relativas a: a) el número de comidas diarias; b) el hecho de que los alimentos se tomen solos o en grupo; c) la separación de determinados alimentos para fines rituales y religiosos y d) la observación de tabúes” (Farb y Armelagos, 1980, p. 190).

También antropólogos, Jesús Contreras y Mabel Arnáiz denominan al conjunto de conjuntos de reglas para la preparación y el servicio y el consumo de las comidas, *gramática culinaria* (Contreras y Arnáiz, 2005, p. 40), expresión que adoptaremos, pero para denominar únicamente las reglas de preparación incluyendo las de combinación de ingredientes y condimentos, la de adjudicación de determinadas técnicas de preparación y métodos de cocción a determinados alimentos, y las de la configuración visual o presentación.

Respecto del representamen /criolla/, actualmente “Criollo,lla” significa, según la RAE actual, “hijo o descendiente de europeos, nacido en los antiguos territorios españoles de América, o en algunas colonias europeas de dicho continente”, sin agregados respecto de la cultura creada y ejercida por los “hijos o descendientes de europeos” nacidos en tierras americanas.

No hay sociedad sin cocina como no hay sociedad sin lenguaje; durante el siglo XVIII y casi todo el XIX la ciudad de Buenos Aires fue habitada por un porcentaje mayoritario de descendientes de españoles, pero la adopción de /cocina criolla/ se produjo recién en la década de 1890 (decimos “adopción” porque la denominación ya existía) y su uso se generalizó a principios del siglo XX. Así surgen las inevitables preguntas, ¿por qué no se llamaba desde mucho antes /cocina criolla/ a la cocina de los criollos de Buenos Aires? ¿Por qué se tardó tanto en adoptar y generalizar el uso del representamen /cocina criolla/? ¿Cuáles fueron las condiciones de adopción de este representamen para referir a una cocina que no era exactamente la misma que la que denominaba en otros territorios y, en consecuencia, cuales fueron las condiciones socioculturales de producción de un nuevo signo (de una resignificación)? Intentaremos responder a estos interrogantes siguiendo tres líneas de búsqueda entrelazadas a lo largo de la historia de Buenos Aires entre la segunda mitad del siglo XVIII y fines del siglo XIX, concernientes a lo que sucedía en la ciudad con: la denominación /criollo,a/ en general, las prácticas y gramáticas culinarias, y los usos de /criollo,a/ en relación con las cuestiones del cocinar y el comer.

3. Antes de las grandes inmigraciones: ciudadanos “criollos que no eran criollos”

Desde 1729, el *Diccionario de la Lengua Castellana* (conocido como *Diccionario de Autoridades*) de la Real Academia Española explicitaba: “Criollo: El que nace en Indias de Padres Españoles, o de otra Nación que no sean Indios. Es voz inventada de los Españoles Conquistadores de las Indias y comunicada por ellos en España” (RAE, 1729, p. 661). Pero esta acepción no era de uso de todos los habitantes de la ciudad de Buenos Aires, que se dividían en españoles peninsulares o españoles americanos (hijos de españoles nacidos en América), afroamericanos, integrantes de pueblos originarios y todos los resultantes de las múltiples “cruzas” entre estos tres grupos, o lo que se llamaba las *castas* (Parish, 1852, p. 177). Los españoles americanos eran llamados *criollos* por los peninsulares, pero no se identificaban a sí mismos como criollos: el historiador Juan Carlos Garavaglia explica que en la época y el territorio del virreinato del Río de la Plata el uso del término “criollo” no era propio de españoles americanos del ámbito urbano para referirse a sí mismos, y que la acepción española peninsular convivía con otra de uso local que denominaba a un conjunto heterogéneo de personas, mayormente de las castas. Garavaglia señala que /criollo/ “aparece en testimonios originados en los grupos dominantes refiriéndose a individuos de las clases populares, generalmente de sangre mezclada” (Garavaglia, 2008, p. 95), y muestra varios ejemplos que indican que /criollo/ podía ser usado como adjetivo a la manera de gentilicio (en archivos parroquiales: “india criolla”, “pardos libres criollos”), pero también como epíteto peyorativo de los europeos a los españoles americanos. Avanzando en lo cronológico, relata que no encontró “ninguna mención autorreferencial en la que un nativo rioplatense se llame a sí mismo criollo en las décadas que siguen a la independencia” (Garavaglia, 2008, p. 96). El autor se ocupa de este tema en vista de varias alusiones a “patriotas

criollos” en textos que, en 2008, tematizaban el ya cercano bicentenario de la Revolución de Mayo, y rastrea las definiciones y los cambios en los usos de /criollo/ a lo largo del pasado. Por nuestra parte hemos confirmado lo hallado por Garavaglia, tras un barrido de documentos en varias secciones del Archivo General de la Nación y la revisión de textos de la época, y además que /criollo/ se utilizó en el período virreinal siempre en relación a individuos o grupos humanos subalternos y no a sus prácticas o a recortes de su cultura. No hemos encontrado, para el período 1776-1810 expresiones como /música criolla/, /bailes criollos/, /cocina criolla/, etc; para referir a especies vegetales y animales, así como a productos alimenticios terminados (quesos, vinos, etc.) ya que la denominación de uso era “de la tierra” (ver anexos en Mayo, 2000, p. 114).

Los españoles americanos podían hacer gala de un linaje más antiguo que los peninsulares, pero al mismo tiempo y por la misma razón (la antigüedad centenaria de sus familias como habitantes de América, y el hecho de que la mayor parte de los llegados con Juan de Garay en 1580 eran “mancebos de la tierra” del área de Asunción) caían sobre ellos las sospechas de no ser españoles “puros”, de contar con antepasados que podrían haberse mezclado con “indios” o “mestizos” (dicho de otro modo: de ser “criollos” desde el punto de vista de los españoles americanos mismos). Estas sospechas eran favorecidas por el aumento poblacional de las castas, fenómeno que chocaba con la aspiración de los españoles de habitar una “ciudad de blancos”. Para protegerse del avance de las castas las elites (peninsulares y americanas) comenzaron a exigir certificados de pureza de sangre a los candidatos a ciertos cargos o trabajos (Fradkin y Garavaglia, 2009, p. 139). Los hijos de españoles en América “proyectaron hacia los descendientes de los pueblos originarios y mestizos la misma distancia simbólica que los españoles ibéricos establecieron frente los españoles americanos” (Maggio Ramírez, 2015, p. 236). Con la institución del virreinato la posición subalterna de los españoles americanos se acentuó y a su vez, éstos operaron para distanciarse de los mestizos y el resto de las castas, vale decir, de los que *ellos* llamaban criollos, que cargaban con el estigma del mestizaje: se trataba, finalmente, de una cuestión racial y de clase. Lo que los hablantes de Buenos Aires efectuaron con el representamen /criollo/ al cambiar el referente respecto del designado por los españoles fue, en ese contexto, un cambio de significado descriptivo junto a un cambio valorativo de signo negativo o depreciación (Escandell Vidal, 2007, p. 124).

Los documentos y textos analizados para la tesis mencionada indican que en la Buenos Aires del siglo XVIII los españoles americanos buscaban comer a la española: incorporaban algunos ingredientes locales (ají, zapallo, batata, etc.) que eran minoría frente a los introducidos desde Europa, pero las gramáticas culinarias y repertorio de preparaciones seguían siendo las de la cocina peninsular (AGN, Gobierno, gastos diarios RCSC, IX 7-3-6; Millau, 1957, p. 59; Paucke, 2010, p. 137). No hemos hallado ni en periódicos ni en documentos alusiones al consumo, dentro de la traza urbana de la ciudad, de platos de filiación originaria o “mestiza” (“criolla” si se le hubiese aplicado el criterio de denominación que se usaba para las castas) como locro, humitas, tamales o chatasca; nada de lo que desde fines del siglo XIX hasta hoy llamamos “cocina criolla”,

si exceptuamos las empanadas (AGN, Gobierno, gastos diarios RCSC, IX 7-3-6) que en ese momento eran parte del repertorio español. Los documentos hoy disponibles corresponden a los estratos sociales alto, medio-alto y medio, lo que podría ser motivo de que no se encuentre evidencia sobre la práctica de “cocina criolla” ni en los escritos, ni en las publicaciones impresas pero, ¿cómo se explica esa misma ausencia en épocas posteriores en que esos platos sí se preparaban y consumían en la ciudad?

Tras la Revolución de Mayo, la estructura social no se modificó demasiado: las castas siguieron siendo consideradas como grupos de subalternos aunque se lo hiciese de manera menos explícita, y el cambio más significativo en lo social no fue estructural, sino que consistió en un reemplazo de los españoles peninsulares por los españoles americanos como clase dominante (Losada, 2009, p. 69), especialmente los comerciantes de entre los cuales muchos pertenecían a las familias llegadas poco antes del virreinato y durante éste, y también las nuevas élites políticas y militares cuyo principio de legitimación como tales era su grado de participación en la revolución, de donde surgiría más adelante el *patriciado* (Losada, 2009, p. 68). El rechazo de las élites ilustradas y patricias por “los criollos” se incrementó con el surgimiento del antihispanismo cultural: tanto Bernardino Rivadavia y sus partidarios como los escritores de la generación del ’37 (Echeverría, Alberdi, etc.) rechazaron la cultura española en favor de la francesa y la inglesa, y también la cultura que los criollos producían (tradiciones orales, música, vestimenta, etc.) porque ésta reunía rasgos indígenas con la carga hispana heredada de la colonia que consideraban atrasada y bárbara. Otro factor que influyó en ese rechazo es que las clases bajas (los criollos) apoyaron al gobierno federal de Juan Manuel de Rosas (Adamovsky, 2019, p. 51), del que también formaban parte miembros del patriciado.

Los testimonios sobre el consumo regular por parte de familias porteñas e incluso patricias, de los platos que más de sesenta años después serían categorizados como criollos (locro, carbonada con zapallo, quibebe, pastel de choclo, etc.) indican, por el momento, que éste se habría generalizado durante la década de 1830 (Figarillo, 1838, p. 3; Wilde, 1881, p. 205), años de predominio federal. La comida y la cocina no habían sido temas muy presentes en la cultura impresa desde el inicio de la actividad de la imprenta, y durante el rosismo no fue diferente, a excepción de un (aparentemente) curioso hecho: la publicación en 1833 del primer recetario de cocina en territorio rioplatense, reimpresión de un recetario español de cocina de estilo francés moderno: el *Manual de la criada económica*. A pesar de las conocidas posiciones de Rosas respecto de las costumbres francesas, esa era la cocina elegida por los estratos altos para las celebraciones importantes por considerárela de prestigio. En cambio, la cocina local era vista con desdén por los círculos ilustrados. Juan Bautista Alberdi, bajo el seudónimo Figarillo, se burló de las comidas de raigambre local y utilizó como ejemplo de vulgaridad y falta de refinamiento al pastel de choclo (Figarillo, 1838, p. 3).

Durante el “Tiempo de Rosas” la valoración negativa de los criollos por parte de las élites ilustradas se haría patente en el *Facundo* (1845); aunque Sarmiento no use el

término /criollos/ recurre a una de las figuras representativas de ese grupo, la del gaucho y su forma de vida, como ejemplo de barbarie (Sarmiento, 1851, pp. 35-36). Por otro lado, Juan Carlos Garavaglia afirma que en 1851, cerca del final del gobierno de Juan Manuel de Rosas, estaba extendido “el uso de /criollo/ sin connotación negativa” para denominar a los /paisanos/, (que eran los hombres de campo trabajadores con residencia fija, Mansilla, 1870, p. 221), y continúa: en el *Martín Fierro* la categoría “criollo [...] recibiría la unción santificadora [...] pero siempre se trata de un registro (tanto para “criollos” como para “paisanos”) delimitado en forma estricta a la población rural y que posee un contenido social claramente circunscrito a los sectores más bajos de dicha población” (Garavaglia, 2008, p. 97).

El gaucho Martín Fierro, publicado en 1872, obtuvo con su historia del paisano criollo que se ve obligado a hacerse “gaucho matrero” por el abuso de un sistema judicial al servicio de unas clases dirigentes impiadosas, un enorme y nunca antes visto éxito de ventas que tuvo lugar no en la gran ciudad-puerto, sino justamente en el medio rural y sus poblaciones, allí donde abundaban “los criollos”. El poema de José Hernández tuvo una segunda parte (*La vuelta de Martín Fierro*, 1879) en que el gaucho se muestra “domesticado”, sin la beligerancia anterior y funcional a las necesidades del proyecto de nación que las élites sostenían. En ese mismo año Eduardo Gutiérrez publicó una novela basada, al igual que el *Martín Fierro*, en la historia del habitante rural que por causa de un sistema social y legal injusto se vuelve un “gaucho malo” (Sarmiento, 1851, p. 47-49) y estaba inspirada en un personaje real, el proscrito rural Juan Moreira, fallecido en 1874. *Juan Moreira* también fue un gran éxito (claro que no en la medida del *Martín Fierro*) y fue seguido por tres folletines más de Gutiérrez, que provocaron una airada reacción de Alberto Navarro Viola, el temido crítico editor del *Anuario Bibliográfico de la República Argentina* [sic] y uno de los árbitros del gusto literario local: “no caben dos opiniones sobre estos vulgares folletines: es la literatura más malsana y perniciosa que se ha producido en el país” (Navarro Viola, 1881, p. 286). A partir del suceso de las obras de Hernández y Gutiérrez se desató una oleada de publicaciones de bajo costo y de temática “criolla” que fue llamada *criollismo* por las élites, y sistemáticamente denostada por las mismas (Prieto, 2008, p. 13).

4. Grandes migraciones, orgullos nativistas

Paradójicamente en el *Martín Fierro*, la obra que inició el auge del “criollismo populista” (Prieto, 2008, p. 14), se encuentra un episodio (el del “papolitano” [sic], Hernández, 1872, p. 29) en que se vislumbra una de las razones por las que “lo criollo” sería en algunos años reivindicado por los mismos sectores sociales que lo habían rechazado. Sucedió que para esa época ya había comenzado la llegada de grandes contingentes de inmigrantes italianos, que continuarían llegando con algunas interrupciones durante el fin del siglo XIX y el inicio del XX, seguidos por españoles, europeos del Este y ciudadanos de imperio otomano. Las clases dirigentes esperaban que los inmigrantes se estableciesen en colonias rurales como agricultores, pero un porcentaje alto, que traía

consigo oficios y saberes permaneció en la ciudad y comenzó a integrarse a las capas medias de la sociedad. En 1887, el porcentaje de habitantes extranjeros en la ciudad de Buenos Aires era mayor que el de los habitantes nativos: un 52,9 % de inmigrantes residía en la capital de la República (Censo 1887, 1889-II, p. 13). Los “recién llegados” no se nacionalizaban, se organizaban en comunidades cerradas y eran vistos por los argentinos nativos como invasores que venían a quitarles el trabajo (Devoto, 2004, pp. 254-255) y así, el término /criollo/ comenzaría muy lentamente a resultar útil para distinguirse de los inmigrantes e indicar pertenencia a las antiguas familias españolas llegadas en siglos anteriores, es decir, recuperando el antiguo sentido dado por los españoles al vocablo (el mismo que los antecesores familiares de las élites de 1880 se habían negado a aceptar), lo que resultaría en ese contexto, un cambio de significado valorativo de signo positivo o valorización (Escandell Vidal, 2007, p. 124).

En 1880, ya iniciado el criollismo, salió a la venta el primer recetario de carácter local publicado en Buenos Aires (el *Almanaque de la cocinera argentina*; no consigna autor) que presentaba una importante variedad de platos de la futura “cocina criolla”, pese a que no se encuentra en el texto ni un solo plato que lleve el calificativo criollo/a en el nombre, excepto en el caso de un “pato criollo relleno” en que es el animal el denominado criollo (como sinónimo de “de especie autóctona”) y no el plato ni la preparación. Resulta llamativa esta omisión porque para inicios de 1870 era de uso la expresión “a la criolla”, como “pasteles a la criolla” (Mansilla, 1870-II, p. 155), “asado a la criolla” (Sarmiento, 1914, p. 314), etc. En 1881, José Antonio Wilde utilizó en *Buenos Aires desde setenta años atrás* la expresión “cocina del país” para denominar al conjunto de platos que luego serían llamados criollos, y en 1889 Francisco Figueredo, cocinero de varias familias del patriciado, usaba en su muy vendido *El arte culinario* el sintagma “a la criolla” para los nombres de platos, y “del país” para caracterizar productos o preparaciones genéricas (“guiso del país”), pero ni en ese libro ni en el siguiente que escribió (*La cocina y la pastelería de América*) usó /cocina criolla/.

A mediados de la década de 1880, el interés por revalorizar lo criollo ya no se limitaba al ámbito de lo popular. A pesar de las críticas a los folletines de Gutiérrez y otros, la noción de “criollo” estaba empezando a ser valorada de maneras distintas a las anteriores por parte del mundo letrado de las élites y sus grupos asociados. Ya en la última novela de Eugenio Cambaceres aparecen algunas valoraciones positivas (el hijo del hojalatero napolitano “quiere ser criollo, generoso y desprendido, como los otros hijos de la tierra” y su suegro, un hombre rico, respetable, inteligente y de familia tradicional, es señalado por el autor como criollo, Cambaceres, 1887, p. 237). En *Un libro más* del periodista José María Cantilo (1887, p. 165) el protagonista de uno de los relatos es un “buen criollo” que toma mate, trabajador, honrado, limpio y elegante. Y en *León Saldívar* (1888) de Carlos María Ocantos, cuyo protagonista desciende de una antigua familia de las que habitaban el barrio de Monserrat (es decir, criolla en el sentido dado antiguamente por los españoles), el autor contrapone repetidas veces una “nobleza” de los consumos criollos a una superficialidad de los consumos europeos de prestigio practicados por porteños que son mostrados como vanos, sin amor a la patria.

Así fue surgiendo de a poco un nuevo criollismo, impulsado y aplaudido por las élites letradas, que celebraba “lo criollo” como lo “auténtico argentino” sin tomar parte en la crítica social y en el uso del lenguaje popular del “otro” criollismo, y que estaba especialmente orientado a educar a los hijos de los inmigrantes y a las clases bajas en el amor a la patria (Prieto, 2008, p. 178-183).

Además del ejemplo citado de Ocantos, la preferencia por un plato criollo caracterizado como tal por sobre uno francés aparece en otro cuento de José María Cantilo (1887) en el que un porteño de un barrio distante del centro dialoga con su mujer:

- Mira, querría que comiéramos hoy una carbonadita criolla ¿eh?
- La mandaré hacer. Precisamente estaba cuestionando con la cocinera. Empeñada en hacer croquets... la extranjera de enfrente le ha enseñado eso...
- Platos franceses, hija. Dios nos libre de esas cosas que enferman el estómago... Nada, comida criolla, Sinforsosa. Puchero, y mejor si es de gallina; caldo gordo, sustancioso no ese caldo colado de los europeos, asados de parrilla, carbonada, dulce de membrillo, agua. Esa ha sido la lista que nos ha servido durante cincuenta años de casados y... ya lo ves, estamos sanos... (Cantilo, 1887, p. 216).

No hay que dejar de notar que la razón de la preferencia no parece residir en el sabor sino en cuestiones de salud, motivo que también aparece en el famoso *Buenos Aires...* de Wilde (Wilde, 1881, p. 208). El cambio de actitud hacia “lo criollo” en relación con el gusto por la comida y la cocina no terminaba de producirse. En 1888 Vicente Quesada, bajo el sinónimo “Víctor Gálvez” dedicó un ensayo entero a los avances de la sociedad y la cultura bajo el régimen conservador: aquí los retardatarios comen “carbonada nadando en grasa y asado en parrilla”, mientras los que dirigen el progreso comen “enteramente a la europea” (Gálvez, 1888-III, p. 383). El mapa de estos consumos, dice Gálvez, es el mapa social de Buenos Aires: “Si tomo uno de los muchos trams y me voy á los arrabales del sud, puedo trazar la línea geográfica de la mala comida ó de la comida criolla” (Gálvez, 1888-III, pp. 411-412). Pero en ese mismo año, la “mala comida criolla” tendría su espacio en el afrancesado y varias veces agotado recetario escrito por una dama del patriado. Se trataba de la obra de Susana Torres de Castex, que escribió de incógnito el recetario *La perfecta cocinera argentina* (Benavento, 1888) incluyendo recetas de loco, empañadas santiagueñas, pastel de choclo, etc. En éste, además de “ambrosía á la criolla” (pág. 7) y “pasteles fritos á la criolla” (pág. 116) aparecen por primera vez en un recetario preparaciones categorizadas directamente como criollas; hay “bizcochos criollos con pasas” (pág. 13), “bizcochos dulces criollos” (pág. 13), “masas criollas” (pág. 85) y “masa real criolla” (pág. 83).

En 1890 se produjo una gravísima crisis económica que desembocó en la denominada “Revolución del Parque” contra el régimen de Juárez Celman, sucesor y cuñado del ex presidente Julio Roca. Estos sucesos modificaron el campo cultural y la literatura: la crisis, “leída como producto del afán especulativo, revelaba una ausencia de civismo que fue atribuida a una presencia excesiva de extranjeros” (Terán, 2008, p.117). Los

extranjeros y el mercantilismo que se les había atribuido durante toda la década anterior fueron señalados como los responsables de la caída de los precios de las acciones, las quiebras de bancos y particulares y el caos financiero, y esto resultó en una xenofobia desembozada y creciente en el discurso de periodistas y políticos del régimen conservador. Éstos encontraron en las recientes recuperaciones “cultas” de “lo criollo” en su sentido español antiguo, el espacio simbólico desde el que construir una argentinidad “genuina”, no “contaminada” por lo indígena ni por lo europeo mediterráneo y de clases bajas.

En esta conyuntura de rápida difusión del discurso sobre la responsabilidad de los extranjeros respecto de la decadencia moral y la crisis, surgieron nuevas maneras de calificar las comidas criollas, incluso por parte de miembros del más antiguo patriado. Tal es el caso de Santiago Calzadilla, que en su libro de recuerdos de juventud rememora: “¡Qué lujo el de aquellas mesas, y qué manjares, todo criollo, como va á verse! ¡Qué franca cordialidad, y alegría sin misterios ni hipócritas manifestaciones!” (Calzadilla, 1891, p.104). El longevo ex militar y cultivado *causer* asume la defensa del pastel de choclo (antes vilipendiado por Alberdi) declarándose “ferviente partidario” de ese plato criollo. Finalmente, sería Martiniano Leguizamón, poeta cultor del nuevo criollismo legitimado por las dirigencias, el primero o uno de los primeros escritores en referir literalmente a la cocina criolla en una nota sobre la pertenencia cultural del loco y de la mazamorra, en su libro *Recuerdos de la tierra* (Leguizamón, 1896, pp. 274 y 278), dando de allí en adelante lugar al uso de esta denominación que para principios de 1900 sería de uso regular.

5. Epílogo y conclusiones

En 1910, año del Centenario y sus festejos, el *Diccionario argentino* definía /criollo/, en un espectacular redireccionamiento del sentido, del siguiente modo: “Criollo,lla: *adj. Arg.* Nacional, vernáculo, propio y singular de nuestro país y por extensión, de cualquiera otro de Hispano América” (Garzón, 1910, p. 131). Pocos años después, en 1913, el escritor Leopoldo Lugones dictaba frente a las figuras más importantes de la dirigencia política conservadora, su famosa conferencia denominada *El payador*, en que posicionó al *Martín Fierro* como el gran poema épico argentino; a la figura idealizada del gaucho como modelo de argentinidad, a la cultura criolla como herencia de una España grecolatina (Terán, 2008, p. 177) y al “tradicional almuerzo criollo” como parte de esa cultura (Lugones, 1916, p. 196). Un año después vería la luz *La cocinera criolla* (1914), primer recetario local en formato libro con una sección entera denominada /Cocina criolla/, obra de “Marta” (seudónimo de Mercedes Cullen de Aldao, dama del patriado santafesino), que fue otro éxito de ventas y se reeditó hasta el año 2010.

En Buenos Aires, la práctica de un tipo de cocina que hoy mismo llamamos /criolla/ es detectable en documentos escritos sesenta o setenta años antes de que esa denominación de uso actual fuese adoptada en nuestro territorio. Los cambios en las denominaciones de

remisión geocultural o étnica, es decir, las resignificaciones de este tipo de símbolo (Peirce, 1974, p. 94) son resultado de prolongados procesos socioculturales en los que se produce la circulación de discursos y de los signos que son sus componentes. Estos procesos pueden darse en el llamado “tiempo de larga duración” (Braudel, 1958, pp. 731-732) y no son independientes de los cambios sociales, culturales, económicos y políticos, por lo que se dificulta su comprensión profunda si no se atiende a estos factores intervinientes y a su dimensión histórica. Dicho de otro modo, ni el lenguaje verbal articulado ni otros sistemas de signos son autónomos, sino que están profundamente imbricados con el devenir de la experiencia colectiva humana y son afectados por los mismos factores que ésta. De ahí que sea importante no perder, en el ámbito de los estudios semióticos, la práctica en la construcción de enfoques transdisciplinarios, que permitan tener en cuenta los fenómenos de la producción de sentido en su complejidad.

Referencias bibliográficas

- ADAMOVSKY, E.** (2019). *El gaucho indómito*. Siglo XXI.
- BENAVENTO, T.** (seudónimo de Susana Torres de Castex) (1888). *La perfecta cocinera argentina*. Peuser.
- BRAUDEL, F.** (1958). Histoire et sciences sociales. La longue durée. *Annales. Economies, Civilisations*, Año XIII, N° 4, 725-753.
- CALZADILLA, S.** (1891). *Las beldades de mi tiempo*. Peuser.
- CAMBACERES, E.** (1887). *En la sangre*. Imprenta de Sud-América.
- CANTILLO, J. M.** (1887). *Un libro más*. Félix Lajouane.
- CONTRERAS HERNÁNDEZ, J. Y ARNÁIZ, M. G.** (2005). *Alimentación y cultura*. Ariel.
- DEVOTO, F.** (2004). *Historia de la inmigración en Argentina*. Sudamericana.
- ECO, U.** (2000). *Tratado de Semiótica General*. Lumen. (Trabajo original publicado en 1976)
- ESCANDELL VIDAL, M. V.** (2007). *Apuntes de semántica léxica*. Uned.
- FARB, P. Y ARMELAGOS, G.** (1980). *Consuming passions. The Anthropology of Eating*. Houghton Mifflin.
- FIGARILLO** (seudónimo de Juan Bautista Alberdi). (1838, 3 de febrero). Doña Rita Material. *La Moda*, N° 12.
- FIGUEREDO, F.** (1914). *El arte culinario*. Antonio Chiqués y Cía. (Trabajo original publicado en 1889)
- FRADKIN, R. Y GARAVAGLIA, J. C.** (2009). *La Argentina colonial*. Siglo XXI.
- FUENTES, M. A.** (1860). *Guía histórico-descriptiva de Lima*. Librería Central.
- GÁLVEZ, V.** (seudónimo de Vicente Quesada). (1888). *Memorias de un viejo*. Vol. III. Peuser.
- GARAVAGLIA, J. C.** (2008). Una breve nota acerca de los patriotas criollos en el Río de la Plata. *Prohistoria*, Año XII, N°12, 93-102.
- GARZÓN, T.** (1910). *Diccionario argentino*. Imprenta Elzeviriana.
- LEGUIZAMÓN, M.** (1896). *Recuerdos de la tierra*. Lajouane.
- LOSADA, L.** (2009). *Historia de las élites en Argentina*. Sudamericana.
- LUGONES, L.** (1916). *El payador*. Otero.
- MANSILLA, L. V.** (1870). *Una excursión a los indios ranqueles*. Imprenta Belgrano 125.
- MARTA** (seudónimo de Mercedes Cullen de Aldao). (1914). *La cocinera criolla*. Luis Gilli.
- MILLAU, F.** (1947). *Descripción de la provincia del Río de la Plata*. Espasa-Calpe.
- NAVARRO VIOLA, A.** (1881). *Anuario Bibliográfico de la República Argentina* [sic]. s/p.
- OCANTOS, C. M.** (1888). *León Saldívar*. Imprenta de Fortanet.

- PALMA, R.** (1875). *Tradiciones peruanas Vol. 3*. Benito Gil.
- PARISH, W.** (1852). *Buenos Aires y las provincias del Río de la Plata*. Imprenta de Benito Hortelano.
- PEIRCE, C. S.** (1974). *La ciencia de la semiótica*. Nueva Visión.
- PRIETO, A.** (2006). *El discurso criollista en la formación de la Argentina moderna*. Siglo XXI.
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA.** (1729). *Diccionario de la Lengua Castellana*. Tomo Segundo. Francisco del Hierro.
- SARMIENTO, D. F.** (1851). *Vida de Facundo Quiroga*. Julio Belín y Cía.
- SERCOVICH, A.** (1974). Presentación. Interpretantes para Charles Sanders Peirce: Semiótica e ideología. En C. S. Peirce, *La ciencia de la semiótica*. Nueva Visión.
- TERÁN, O.** (2008). *Historia de las ideas en Argentina*. Siglo XXI.
- TERRALLA Y LANDA, E. DE** (1798). *Lima por dentro y por fuera*. Imprenta de Villalpando.
- VERÓN, E.** (1998). *La semiosis social*. Gedisa. (Trabajo original publicado en 1987)
- WILDE, J. A.** (1881). *Buenos Aires desde setenta años atrás*. C. Casavalle.

El gusto de la felicidad: elementos del análisis semiótico* / The Taste of Happiness: Elements of Semiotic Analysis**

Inna Merkoulouva ORCID 0000-0003-2390-817X

RESUMEN

¿La felicidad es deliciosa? ¿Hay un gusto por los momentos de la vida que nos gustaría detener, como el Fausto de Goethe? El punto de partida de nuestra investigación es el fenómeno del *Patrimonio Cultural Inmaterial* de la UNESCO, que incluye costumbres, expresiones, conocimientos, así como objetos, artefactos y espacios culturales reconocidos por comunidades y grupos como parte de su patrimonio cultural. La felicidad es un concepto presente en la cultura humana en general, y muchos de los fenómenos presentados en la lista del Patrimonio Cultural Inmaterial se basan en el concepto de felicidad y momentos felices. Pero, ¿es posible imaginar una encarnación material, en particular gustativa, de la felicidad que sea comprensible y cercana a las diferentes culturas? Proponemos analizar el proyecto culinario internacional «Felicidad», creado en 2008 por dos personas afines de París y San Petersburgo. El concepto del proyecto se basa en el lema “Comparte la felicidad con amigos”. Nuestra tarea es presentar «el gusto de la felicidad» como resultado de una interacción tensiva entre lo individual y lo colectivo, basada en valores compartidos y la noción de «compartir».

Palabras clave: semiótica de la cultura, gusto, felicidad, chocolate, valores compartidos.

ABSTRACT

Is happiness delicious? Is there a taste for moments in life that we would like to stop, like Goethe's Faust? The starting point of our research is the UNESCO *Intangible Cultural Heritage* phenomenon, which includes customs, expressions, knowledge, as well as objects, artifacts and related cultural spaces recognized by communities and groups as part of their cultural heritage. Happiness is a concept present in human culture in general, and many of the phenomena presented in the list of Intangible Cultural Heritage are based on the concept of happiness and happy moments. But is it possible to imagine a material, particularly gustatory, incarnation of happiness that is understandable and close to different cultures? We propose to analyze the international culinary project “Happiness”, created in 2008 by two like-minded people from Paris and St. Petersburg. The concept of the project is based on the motto “Share happiness with friends”. Our task is

to present “the taste of happiness” as a result of a tense interaction between the individual and the collective, based on shared values and the notion of “sharing”.

Keywords: semiotics of culture, taste, happiness, chocolate, shared values.

Inna Merkoulouva, Dra. en Lingüística y Semiótica, Profesora Asociada, Directora del *International Center for Semiotics and Intercultural Dialogue, State Academic University for the Humanities (GAUGN)*, Moscú. Investigador asociado del laboratorio «Significado-Texto» de la Universidad de París-Sorbona. Entre sus más recientes publicaciones se encuentran: *Semiótica de la Cultura. De Yuri Lotman al futuro* (deSignis HS 02, co-ed. con M.Martín, F.Sedda, P.Arán, J.Lozano, 2022); *New normality, new life forms: semiotics in the era of crises* (ed., Moscú, 2021); *Semiótica, gráfica y enunciación en la prosa francesa moderna* (Moscú, 2019). Autora del proyecto *STUDSEMIOTICDAY – International Day for Students of Semiotics*. Traductora de los libros: *Culture and Explosion*, de Y. Lotman (Limoges, 2004); *The Semiotics of Passions: From States of Affairs to States of Feelings*, de A.J. Greimas y J. Fontanille (Moscú, 2007); *On imperfection*, de A.J. Greimas (Moscú, 2022). E-mail: inna.merkoulouva@yandex.ru

FECHA DE PRESENTACIÓN: 18/06/2023 FECHA DE APROBACIÓN: 18/06/2023

1. Introducción

¿La felicidad es deliciosa? ¿Hay un gusto por esos momentos maravillosos de la vida que nos gustaría detener, como el Fausto de Goethe? Proponemos iniciar nuestras reflexiones semióticas sobre la felicidad con dos ejemplos: una imagen visual y una imagen literaria.

La imagen visual es la pintura «Mesa desordenada» (1907) del artista Igor Grabar (1971, Budapest - 1960, Moscú). Este trabajo es una ilustración de un período especial de Grabar, cuando está influenciado por Cézanne. El cuadro parece una magistral producción teatral con muchos participantes: porcelana brillante, un mantel áspero y frío, manzanas cálidas y brillantes, mermelada dulce en jarrones de cristal, flores delicadas en una maceta, un sillón... (Figuras 1 y 1a). Grabar busca «recrear el mundo objetivo a partir de la sustancia pictórica» (cursivas nuestras)¹



FIGURA 1 Y 1A. Igor Grabar, *Mesa desordenada* (1907),
© Foto de la exposición en la Galería Tretyakov: Inna Merkoulouva

En ese sentido, no para reflejar el mundo, sino para *recrearlo*: como escribió el creador de la semiótica de la cultura, Yuri Lotman, en su libro *Cultura y Explosión*, para un artista llega un momento de inspiración mágica, cuando la creatividad misma es nada más que una explosión semántica, cruzando la frontera de lo impredecible. Cuando *se recrea* el mundo, llega un momento, que Lotman formula «las horas se alargan». Es decir, hablamos de “un avance hacia el no-tiempo” (Lotman, 2004, p. 29). Grabar expresó aforísticamente la misma idea en su comentario al cuadro: “Esforzarse por expresar *la felicidad de vivir*, y no la felicidad de la vida cotidiana (cursivas nuestras) [...]. ¡Para mí, el arte es casi la única fuente de alegría y tristeza, el único contenido verdadero de la vida!” (Grabar, 2001, p. 11).

La imagen literaria es una escena de la autobiografía de Roma Ligotskaya, cuando en Varsovia en la década de 1940, su madre le cuenta a la pequeña Roma sobre el chocolate de su infancia:

En los cafés de la plaza del mercado [...] se servía cacao en tazas de chocolate moreno. Mojas una cuchara en crema batida y bebes cacao con ellos. Entonces surgió en el interior una sensación tan maravillosa de suavidad, plenitud, calidez, frío, felicidad. (Ligotskaya, 2023, p. 94)

“¿A qué sabe el chocolate?”, pregunta la niña. Y su mamá responde: “El chocolate es tan delicioso que es imposible describirlo. Dulce y pegajoso, como la leche y la miel, como la mermelada y las galletas, pero mucho mejor...”

La niña piensa: “Esto es algo que no me es familiar, pero que bellamente se llama CHOCOLATE. Esta palabra suena extraña y misteriosa. Esto es lo que provoca la melancolía” (Ligotskaya, 2023, p. 100). Y entonces la pequeña Roma le preguntará a su madre qué es estar enamorado, y la madre le responderá: “Estar enamorado es como... como... como el chocolate” (Ligotskaya, 2023, p. 100).

Los dos ejemplos citados nos llevan a las siguientes conclusiones: el sentimiento de felicidad está asociado al gusto, la imagen de una mesa puesta y dulces es una imagen de *felicidad de vivir*, es decir, un momento precioso en curso. El gusto del chocolate está asociado a reacciones somáticas «en el interior» («suavidad», «plenitud», «calidez»): el cuerpo actúa, como señaló Jacques Fontanille en *Cuerpo y Sentido (Corps et Sens)*, a la vez como *sustrato de semiosis* y como *figura y configuración semiótica*, como manifestación visible en los textos y en los propios objetos semióticos (Fontanille, 2011, p. 6).

El chocolate como imagen está indisolublemente ligado a la esfera de las emociones ya *la identidad afectiva del actante* (Fontanille, 2010, p. 132). Desde el punto de vista de *la semiótica de las pasiones* (Greimas y Fontanille, 1991), estamos hablando de dos polos de foria - la euforia y la disforia - que se manifiestan secuencialmente en *modalidades de existencia (modalités de l'être)*, tales como *querer-ser (vouloir-être)*. *Deseado/no deseado* se manifiesta como una «palabra que causa melancolía» o se compara con «enamorarse».

Como la magdalena proustiana, el chocolate es parte de la esfera de los recuerdos y, al mismo tiempo, un *shifter* jacobsoniano, un interruptor que puede abrir ante nosotros otro mundo feliz. Este mundo es hermoso como un momento de inspiración, como un momento detenido.

2. Recetas imposibles

Todos soñamos con la felicidad, aunque sea por un momento. Un momento que podía detenerse, saborearse.

Pero algunos no solo sueñan, sino que presentan varias recetas para lograr la felicidad. ¿Es posible tal receta por definición? ¿Descomponer la felicidad en elementos, como los ingredientes de un plato en particular? ¿Cómo son las notas de una pieza en particular? ¿«Crear la armonía con el álgebra», en palabras de Salieri, que siempre se esfuerza por alcanzar la genialidad de Mozart? Salieri es un personaje de una de las «Pequeñas tragedias» de Alexander Pushkin (1986 [1830]), a la que tanto se refiere Yuri Lotman... Para Pushkin, la cuestión está resuelta: la música maravillosa es indescomponible en elementos, la felicidad de su percepción está escondido en algún lugar entre las notas. Para Lotman, la respuesta también es clara: el creador crea algo nuevo porque elige caminos impredecibles.

Pasemos a la ficción literaria, tema de investigación de filósofos y semiólogos que escriben sobre los peligros del progreso tecnológico. Como apuntábamos en el artículo de Lotman dedicado al tema de la utopía (Merkoulova, 2022, p. 656), este último en muchas de sus obras se interesa por la ciencia ficción y escribe sobre las revoluciones científicas y tecnológicas como un cambio en el modo de vida de la gente. Un cambio de paradigma a menudo se caracteriza por el renacimiento de modelos arcaicos de conciencia: se trata de «la lógica y la semántica de *los mundos posibles*» (Lotman, 2005, p. 270).

Nuestra vida cotidiana nos parece la única posible y la única dada. ¿Y si te lo imaginas como *uno de los posibles*? Parece que esto es exactamente lo que hacen los escritores de ciencia ficción. Sin embargo, según Lotman, los escritores de ciencia ficción fantasean *poco*. Todo lo que pensamos sobre el futuro es «un presente muy, muy multiplicado» (Lotman, 2005, p. 270). Salir del presente es difícil, y nuestras visiones del futuro difieren en cantidad (mayores capacidades humanas) que en calidad (algo completamente diferente de lo que ya tenemos). Mucho más prometedoras, cree Lotman, serían las obras literarias que nos muestran la situación real como *una de las posibles*. Como resultado, tenemos un sentido de la «variabilidad del mundo» creativa (Lotman, 2005).

Una receta para *la felicidad posible* a través de los ojos de un escritor de ciencia ficción puede ser, por ejemplo, el sorprendente cuento *La receta victoriosa* (Klingerman, 2012). Los lectores de hoy, tal vez con ironía y tristeza, mirarán la datación de los hechos: para el autor, que escribió su novela en 1952, parecía que en 2002 el mundo cambiaría tanto que las máquinas inteligentes estarían por todas partes, sustituyendo poco a poco útiles funciones de las personas. «Es una tontería ser un cobarde en nuestra época, porque el año ilustrado de dos mil dos está en el patio» (Klingerman, 2012, p. 671). Depende de nosotros juzgar cuál de las predicciones se hizo realidad, pero lo principal es que la lucha por la primacía del hombre en la creatividad permanece. El hermano de la heroína de la novela le compra un «gran autococinero» como regalo para evitar que prepare comida casera, pero con una condición: «el ama de casa debe abstenerse de demandas impracticables» (Klingerman, 2012, p. 674). Evitar cocinar, tener en media hora cualquier plato preparado, incluso el más exquisito, «deliciosamente sabroso, ya puesto en los platos», ¿no es esto felicidad para un ama de casa con un futuro brillante? Pero para la heroína de la novela, el autochef no es un competidor, sino una amenaza a su propia existencia: «Quién sabe, tal vez la ciencia llegue al punto en que comiencen a fabricar hermanas automáticas». (Klingerman, 2012, p. 673). ¿Cuál es la salida? «Supera» al autochef, dale una tarea imposible. Y la heroína de la novela dicta su *receta victoriosa*: una canción infantil popular sobre «de qué están hechos los niños» y «de qué están hechas las niñas»: aquí hay pimienta, azúcar, cachorros y caracoles...

El resultado es exactamente lo que ella esperaba: «el suave zumbido de la autococción se convirtió en un aullido desesperado de sirena (...), todo se cubrió con un estruendo ensordecedor». La heroína, que derrotó al autococinero, dice «arrogantemente»: «Espero que mi hermano esté complacido» (Klingerman, 2012, p. 676). Prestemos atención a la caracterización «arrogante»: para un autor de ciencia ficción, una persona sigue siendo un ganador y *mira hacia abajo* a una máquina automática precisamente por su ingenio impredecible, que la inteligencia artificial no puede seguir. ¿No es así como nos consolamos hoy con el pensamiento de que la máquina más inteligente nunca será comparada con el vuelo de nuestra imaginación creadora? Y si algún día tenemos que encontrar una receta para un «acuerdo feliz» entre una persona y una máquina inteligente, entonces esto sucederá solo cuando, en palabras de Lotman, «un dispositivo altamente inteligente *se parecerá más a un poema* que al hornillo de camping más perfecto» (Lotman, 2005, p. 232, cursivas nuestras)².

El sentimiento de felicidad y su posible receta también es objeto de reflexiones de Algirdas Julien Greimas en una curiosa entrevista de archivo de 1988 publicada recientemente por la Federación Romance de Semiótica (Fedros). A la pregunta de un periodista: “¿Qué te gusta de la vida? ¿Qué te hace feliz, qué te trae verdadera alegría? Paisajes de aldea, coloquios en los que hablas, bruma de madrugada, la sonrisa de tu mujer... ¿Qué más?” Greimas, de manera benevolentemente irónica, responde: “¡Tal vez sopa de pescado!”. El periodista se ríe: “¡Pero analizaste la sopa de pesto! ¿Y el análisis de la sopa de pescado aún no está listo?”. Él responde: “La sopa de pesto es sopa de papel. El análisis surgió porque la esposa de mi colega quería darle la receta de esta sopa a mi esposa. Me pareció algo interesante desde el punto de vista narrativo. Una receta es una historia. ¡Así que lo analicé e incluso me hice bastante famoso por esta sopa de pesto! Quería mostrar que es posible hacer cosas sencillas y comprensibles incluso con herramientas y métodos complejos” (Greimas, 1988a).

3. Patrimonio cultural inmaterial y gusto

El patrimonio como fenómeno se encuentra en la esfera de interés de varias ciencias humanas, incluida la semiótica: como ejemplo, citaremos un seminario permanente en Palermo sobre el tema “Herencia II. Semiótica de la transmisión” (*Ereditare II. Semiótica della Trasmissione*, 2023)³. Los semiólogos interpretan el patrimonio cultural inmaterial como herencia, y el proceso de transmisión en sí mismo y sus estructuras actantes son de sumo interés.

El patrimonio también cae dentro del ámbito de las organizaciones internacionales como la UNESCO: *La Lista del Patrimonio Cultural Inmaterial* de la UNESCO incluye prácticas, representaciones y expresiones, conocimientos, así como objetos relacionados, artefactos y espacios culturales reconocidos por comunidades y grupos como parte de su patrimonio cultural. La lista incluye ejemplos como el tango argentino, el teatro japonés «No», la cultura de los cafés en Viena, la fiesta oriental de la llegada de la primavera «Novruz», etc.

La felicidad es un concepto que forma parte de la cultura humana, y muchos de los fenómenos presentados en *La Lista del Patrimonio Cultural Inmaterial* se basan en el concepto de felicidad y momentos felices. Pero, ¿es posible imaginar una encarnación *material*, en particular *gustativa*, de la felicidad que sea comprensible y cercana a las diferentes culturas? ¿Como, por ejemplo, *la cultura del té (beber té)*, inscrita en la Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial en 2022 conjuntamente por dos países, Azerbaiyán y Turquía, como símbolo de armonía, identidad, hospitalidad e interacción social? O *el espacio del café* como “incubadora de cultura”, donde la gente viene no solo a tomar tal o cual bebida o probar tal o cual postre, sino a tomarse un respiro en el frenético ritmo de vida urbano, idear una nueva idea creativa, intercambiar opiniones con amigos en esta isla de comunicación en vivo. Según los coordinadores del número temático de *El Correo de la UNESCO* dedicado al Café como lugar icónico

de la cultura (El Correo : abril-junio 2023), “ las casas de café [...] dieron origen a una cultura y un estilo de vida. *El placer indescriptible* que uno busca al acudir a estos lugares emana del ambiente, de la libertad de un momento que escapa a las obligaciones cotidianas y de los encuentros que pueden acontecer” (cursivas nuestras).

Placer o felicidad « *indescriptibles*»: ¿podemos interpretar esto como una de las razones (y no como criterios oficiales) por las cuales tal o cual forma de expresión o artefacto asociado con la percepción del gusto termina en *la Lista del Patrimonio Cultural Inmaterial*?

4. Proyecto culinario «Felicidad»: Valores compartidos

El proyecto culinario internacional «Felicidad» fue creado en 2008 por dos personas de ideas afines de París y San Petersburgo⁴. El proyecto existe en estas dos ciudades e incluye una serie de cafés llamados «Felicidad» (lema: *Pruebe la felicidad en la dirección ...*), la fábrica de chocolate «Felicidad» (lema: *Chocolate y dulces en la tradición de los chocolateros franceses*), accesorios «Felicidad» (paraguas «*Felicidad bajo la lluvia*», bisutería «feliz», postal «feliz»), festival de música digital «Felicidad» en una página especial del sitio web del proyecto. El eslogan principal del concepto es «*Comparte la felicidad con amigos*», complementado con las expresiones «Compra un kilo de felicidad» (por ejemplo, un kilo de praliné de chocolate) y «Hacemos la felicidad».

La imagen visual de los productos son dos ángeles en la parte superior con la firma FELICIDAD en la parte inferior en ruso y en francés (SCHASTIE / LE BONHEUR) y el comentario “Fábrica de chocolate desde 2008”. (Figuras 2 y 3).



FIGURA 2 Y 3. Proyecto culinario "Felicidad", París - San Petersburgo (2008).
© Foto: Inna Merkoulouva

El empaque del producto se divide así simbólicamente en dos planos: superior (celestial, milagroso, angelical) e inferior (terrenal, material, realizable). Ambos planes funcionan en modo metacomentario. Los productos del proyecto culinario «Felicidad» son una ilustración del papel del símbolo como un «condensado semiótico», según Lotman:

El símbolo actúa como un condensador de todos los principios del signo y, al mismo tiempo, conduce más allá de los límites del signo. Es un mediador entre las diferentes esferas de la semiósis, así como entre la realidad semiótica y la no semiótica. Es igualmente un mediador entre la sincronía del texto y la memoria cultural (Lotman, 2004, p. 249).

El chocolate es un símbolo de felicidad o placer físico gustativo, una variante de la “escapatoria” (échappatoire) en el sentido greimasiano del término (Greimas, 1987, p. 69), la “salida” de *la vida cotidiana* que nos lleva, aunque sea brevemente, a *la felicidad de ser*.

El secreto del éxito del proyecto culinario «Felicidad» también radica en el *carácter lúdico* de este símbolo. Los creadores de la marca y sus consumidores han aceptado conscientemente las reglas del juego: sabemos que la felicidad como concepto y fenómeno no se puede comprar, y sin embargo, aquí está: la felicidad está en tu mano, puedes desplegarla, saborearla, recuerda tus sentimientos, «detén el momento» (¡que es hermoso!) El caramelo de chocolate «Felicidad» es a la vez un condensado de simbolismo y una salida más allá de sus límites, hacia una realidad extrasemiótica.

Las reglas del «Juego de la felicidad» conjunto son las siguientes:

1. La “Felicidad” se puede **producir** en la fábrica: el sitio web del proyecto presenta *la Fábrica de Chocolate* “Felicidad” con el lema *Cómo hacemos la felicidad*, la *biografía creativa* del pastelero de la fábrica y la lista de *ingredientes* de los productos felices (cacao frijoles, almendras, etc.).
2. La «felicidad» se puede **comprar** y **degustar** por un precio determinado y en una dirección específica: el sitio web del proyecto presenta las «*Tiendas de la felicidad*» (el término fue elegido por analogía con la «tienda de los milagros») y su gama: chocolate y chocolates, galletas, tortas.
3. Después de probarlo, puede **enviar por correo** y **dejar** la «felicidad» **en casa** como un recuerdo: compre *accesorios* en forma de insignia, broche, pulsera, taza, decoración de interiores, postal «feliz».
4. La “Felicidad” se puede **compartir** con amigos o seres queridos en un lugar determinado (restaurante o cafetería “Felicidad” con el lema “La felicidad es llegar a donde eres bienvenido y volver otra vez...”).
5. Se puede **escuchar** «felicidad»: mientras se visita un café o restaurante, cierta música acompaña la elección de la comida. Esta es una parte auxiliar del proyecto llamado «Acústica de la felicidad»: *el gusto se complementa con el sonido*, la música se describe como «una parte integral de la felicidad», que ayuda a «recoger la llave del alma» de su interlocutor.

El proyecto culinario «Felicidad» funciona según el principio de expansión: desde *el gusto de un producto de chocolate* (placer gustativo individual) hasta *una comida feliz conjunta* (donde sus participantes consumirán tanto chocolate como otros alimentos y bebidas). Por eso, el lema principal del proyecto es «*Comparte la felicidad con los amigos*».

Para un análisis semiótico de este eslogan, volvamos al artículo de Greimas «El problema de la semiótica narrativa: objetos de valor» (Greimas, 1973). Greimas explora elementos mágicos del reino de los cuentos de hadas para concluir que los objetos que el propietario/consumidor desea adquirir son un punto de inversión de

valor (*lieu d'investissement des valeurs*: Greimas, 1973, p. 15). Así, al comprar un coche caro, adquirimos no sólo y no tanto el objeto en sí, sino un medio de transporte rápido (análogo a una fabulosa alfombra voladora), y con ello un signo de prestigio y poder social. Un objeto es a la vez un espacio para la fijación de valores y un lugar sintáctico para su manifestación (*lieu syntaxique de sa manifestation*: Greimas, 1973, p. 16).

Productos de chocolate «Felicidad» es un lugar de *fijación simbólica* de la felicidad como uno de los valores humanos fundamentales enumerados por Greimas: el amor, la salud, la belleza, etc. aparecen en su lista (1973, p. 14). Queda por esclarecer el estatuto de la existencia semiótica del sujeto y el objeto sobre la base de la relación de conexión entre ellos en la situación de «compartir la felicidad con los amigos». La desconexión, escribe Greimas, simplemente *virtualiza* la relación entre el sujeto y el objeto de valor, al tiempo que *conserva la posibilidad de conexión*. Hablamos del *estatus especial* del remitente, que en determinados casos puede realizar atribuciones *sin renunciar a los valores* que él mismo posee (1973, p. 29). En términos del creador de la escuela semiótica parisina, estamos hablando de “*comunicación participativa*” (*communication participative*): un objeto de valor, al ser transferido al destinatario, *permanece conectado* con su remitente. Según Greimas, esta afirmación se puede ilustrar con una serie de ejemplos: por ejemplo, el conocimiento (*le savoir*) del remitente (*destinateur*) es enviado por él al destinatario (*destinataire*), el remitente «comparte» su conocimiento con el destinatario, y al mismo tiempo el conocimiento no lo abandona (1973, p. 33). Además, agregamos, así como el conocimiento en el proceso de intercambio entre interlocutores no sólo no va a ninguna parte, sino que incluso puede aumentar (por ejemplo, durante un diálogo o discusión), así el sentimiento de felicidad no sólo no abandona a quien lo comparte con amigos, pero también aumenta en el proceso de intercambio de impresiones de sabor. La «comunicación participativa» de Greimas es comparable al «Logos en crecimiento» de Heráclito, al que también se refiere Yuri Lotman en la situación de las nuevas soluciones semánticas creativas (Lotman, 2004, p. 158).

5. Conclusiones: ¿A la feliz nostalgia del futuro?

Volvamos al punto de partida de nuestras reflexiones: *recrear* el mundo que nos rodea a través del sentimiento de felicidad del momento presente. Esta sensación de sabor particular es *el gusto del chocolate* que desea «compartir con amigos».

La palabra chocolate “suena misteriosa” y “provoca melancolía” (Ligotskaya, 2010/2023, p. 100): la felicidad se escurre, es fugaz, suscita un sentimiento de *nostalgia por el pasado*: el sujeto se proyecta en el deseado “algún lugar”, que luego se reprojecta sobre sí mismo, *desdoblado* así el propio camino pasional con una isotopía imaginaria (Greimas, 1988b, p. 348)⁵.

Sin embargo, en el contexto de “gastronomía y nostalgia”, la combinación de *gusto y memoria* (*le savoir et le souvenir*) demuestra que el gusto no es una proyección a los “días

dorados” pasados, por ejemplo, una infancia feliz, sino más bien una proyección hacia adelante, hacia el futuro, que recién se está construyendo, junto con el sujeto actualizado (Marrone, 2016a, p. 310). La nostalgia gustativa del futuro es una unión de euforia y disforia, alegría y tristeza al mismo tiempo, esta nostalgia sirve como «escapatoria» (échappatoire) de Greimas del mundo de la vida cotidiana, una *ruptura* en la vida cotidiana (*fracture dans la vie quotidienne*: Marrone, 2016a, p. 298) o *extrañamiento* (*distanciation*) según Shklovsky (1990, p. 32).

El chocolate es sinónimo no sólo de felicidad, sino también de otro fenómeno universal en la lista de valores dada por Greimas arriba. Se trata de amor. Como señala Marcel Danesi en *La semiótica del amor* (*The Semiotics of Love*), los símbolos de este último siempre han tenido un componente “sabor” y “dulce” a lo largo de los siglos, y el gusto de algunos productos, como el chocolate, se ha convertido en parte de los rituales amorosos, por ejemplo, el Día de los enamorados (Danesi, 2019, p. 129)⁶.

Como la felicidad, el amor es fugaz, se quiere “detener”, “capturar”, “recordar” y “saborear”. Por ejemplo, puede ser el sabor del chocolate. Quizás esta sea la base de la «naturaleza significativa de la nutrición» en general (*la natura significativa dell'alimentazione*: Marrone, 2016b). Y ahí radica el secreto del éxito de grandes proyectos culinarios como el proyecto “Felicidad”: fomentar la «expectativa de lo inesperado»:

Acortar el tiempo manteniendo solo lo fugaz, estrechar el espacio dando significado solo a los fragmentos: de esta manera nos acercáramos gradualmente a *lo más importante*, mientras que al mismo tiempo permaneceríamos en el mundo material. (Greimas, 1987, p. 98, cursivas nuestras)⁷

Notas

* Este artículo fue elaborado con aportes financieros en el marco de *State Assignment del State Academic University for the Humanities* (GAUGN) sobre el tema “La digitalización y la formación de una sociedad de la información moderna: aspectos cognitivos, económicos, políticos y jurídicos” (FZNF-2023-0004).

**La traducción al español de este artículo fue editada por Miguel Martín, Universidad Complutense, Madrid. E-mail: kmiguelmartink@gmail.com.

1. Página especial de Igor Grabar en el sitio web de la Galería Tretyakov: <https://lavrus.tretyakov.ru/publications/10-kartin-igorya-grabarya-kotorye-nuzhno-znat/>

2. Cita original: Fontanille, J. 2011, p. 6: «1. le corps comme substrat de la sémiose, et en tant que motif théorique ; 2. le corps comme figure ou configuration sémiotiques, en tant que manifestation observable dans les textes et les sémiotiques-objets en général ».

3. Seminario permanente di Etnografie del contemporaneo, direttore Rosario Perricone. *Ereditare II Semiotica della trasmissione*, a cura di Francesco Mangiapane e Francesco Mazzucchelli <https://www.museodellemarionette.it/news/news-museo/2335-ereditare-ii-semiotica-della-trasmissione>

4. El sitio web oficial del proyecto culinario «Felicidad»: <https://schastye.com/restaurants>

5. Cita original: Greimas, A.J. 1988b, p. 348 :« ...ce débrayage particulier qui projette le sujet vers un ailleurs qu'il convoque et réembraye en dédoublant ainsi son parcours passionnel d'une isotopie imaginaire ».

6. Cita original : Danesi, M. 2019, p. 129 : « Since the medieval period, several food items that have a sweet taste, such as chocolates, have become part of love rituals, as for instance at Valentine's Day ».

7. Cita original : Greimas, A.J. 1987, p. 98 : «Ainsi, par une réduction du temps - en ne retenant que l'éphémère -, par une réduction de l'espace - en n'accordant de l'importance qu'à ses fragments - on approcherait petit à petit de l'essentiel, tout en restant pourtant dans l'ordre du matériel».

Referencias bibliográficas

CAFÉS, MEZCLA DE CULTURAS. (2023, 1 de abril). El Correo de la UNESCO. <https://courier.unesco.org/es/articles/cafes-mezcla-de-culturas>

CLINGERMAN, M. (2012). Pobedonosny retsept (Receta ganadora). En *Aprel v Parize* (Abril en París) (pp. 671 – 676). Tsentr knigi Rudomino. (Trabajo original publicado en 1952)

DANESI, M. (2019). *The Semiotics of Love*. Palgrave.

Ereditare II. Semiotica della trasmissione. Seminario permanente di Etnografie del contemporaneo. A cura di Francesco Mangiapane e Francesco Mazzucchelli. Direttore Rosario Perricone. Palermo: Museo internazionale delle marionette Antonio Pasqualino. <https://www.museodellemarionette.it/news/news-museo/2335-ereditare-ii-semiotica-della-trasmissione>

Felicidad (Schastie). Proyecto culinario internacional. Sitio oficial. <https://schastye.com/restaurants>

FONTANILLE, J. (2010). La sémiotique des passions à l'intersection des sciences humaines. En V. Ivanov e I. Merkoulouva (Eds.), *Sovremennaja semiotika i gumanitarnye nauki* (Modern semiotics and the humanities) (pp. 127-150). YASK.

— (2011). *Corps et Sens*. PUF.

GRABAR, I. Galería Tretyakov. <https://lavrus.tretyakov.ru/publications/10-kartin-igorya-grabarya-kotorye-nuzhno-znat/>

— (2001). *Mi vida*. República. (Trabajo original publicado en 1937) <https://lavrus.tretyakov.ru/artists/igor-grabar/>

GREIMAS, A. J. (1973). Un problème de sémiotique narrative: les objets de valeur. *Langages*, 31, 13-35. https://www.persee.fr/doc/lgge_0458-726x_1973_num_8_31_2233

— (1987). *De l'imperfection*. Fanlac.

— (1988a). *Entretiens* (A voix nue), les deux premières parties avec Francesca Piolot sur France Culture. <https://www.youtube.com/watch?v=XOR0ztWNGvU>

— (1988b). “ De la nostalgie. Étude de sémantique lexicale ”. *Cahiers d'études hispaniques médiévales*, 7, 343-349. https://www.persee.fr/doc/cehm_0180-9997_1988_sup_7_1_2134

GREIMAS, A. J., FONTANILLE, J. (1991). *Sémiotique des passions. Des états de choses aux états d'âme*. Seuil.

La cultura del çay (té): un símbolo de identidad, hospitalidad e interacción social. UNESCO. Patrimonio Cultural Inmaterial. <https://ich.unesco.org/es/RL/la-cultura-del-ay-t-un-smbolo-de-identidad-hospitalidad-e-interaccin-social-01685?RL=01685>

LIGOTSKAYA, R. (2023). “Devochka v krasnom paltishke” (Chica en un abrigo rojo). Traducción del polaco al ruso por Valeria Sokolova. *Inostrannaya literatura* (Literatura extranjera), 3, 59-151. (Trabajo original publicado en 2010)

LOTMAN, J. (2004). *Semiosfera. Vnutri myslitschikh mirov. Kultura i vzryv* (Semiosphere. Universe of the Mind. Culture and Explosion). Iskusstvo-Spb. (Trabajo original publicado en 1992)

— (2005a). Azbuka sudby (Fate alphabet). En *Vospitanije dushi (Soul Education)* (pp. 231-235). Iskusstvo-Spb. (Trabajo original publicado en 1979)

— (2005b). Popytki predskazyvat interesny v toj mere, v kakoj oni ne opravdyvajutsa (Attempts to predict are interesting to the extent that they are not justified). En *Vospitanije dushi (Soul Education)* (pp. 269-275). Iskusstvo-Spb. (Trabajo original publicado en 1987)

MARRONE, G. (2016a). Gastronomie et nostalgie. En T. Migliore (Ed.), *Rimediazioni. Immagini interattive* (pp. 295-312). Aracne.

— (2016b). *Semiotica del gusto. Linguaggi della cucina, del cibo, della tavola*. Mimesis.

MERKOULOVA, I. (2022). Looking at the stars in the twenty-first century: Lotman's semiotics, progress and utopia. *Social Semiotics*, 32(5), 655-670. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10350330.2022.2157173>

PUSHKIN, A. (1986). *Sotchinenja (Works)*. V 3 t., vol. II. *Mozart y Salieri* (pp. 442-450). Khudojestvennaja literatura. (Trabajo original publicado en 1830)

SHKLOVSKY, V. (1990). *Gambourgsky schet (Hamburg Account)*. Sovetskiy pisatel. (Trabajo original publicado en 1928)

UNESCO. Patrimonio Cultural Inmaterial. <https://ich.unesco.org/es/inicio>

El "hombre-tenedor". El invitado-modelo de Buckingham Palace* / The Fork-Man. Buckingham Palace's Model Guest

Carlo Andrea Tassinari ORCID 0000-0002-3409-5234

RESUMEN

“Cada comida es una lección aprendida” [*Every meal is a lesson learned*]. El dicho victoriano advierte sobre el riesgo de castigo al que se enfrenta constantemente todo comensal. Estas sanciones suelen estar relacionadas con la forma de acercarse, seleccionar y usar los cubiertos en la mesa. En efecto, la construcción del invitado ideal —de su manera de estar con los demás y de comportarse en relación con la comida— pasa por ser, a menudo y sobre todo, un “usuario modelo” del servicio de mesa. Analizaremos este aspecto a partir de las imágenes y discursos de la cuenta de Twitter de los Windsor, las páginas web oficiales de la familia real y los manuales de modales que patrocinan. Cada uno de estos medios manifiesta un aspecto de la subjetividad del invitado ideal como usuario modelo de la cubertería: territorial, racional y templado, se trata de un modelo político de individualidad.

Palabras clave: convivialidad, semiótica del objeto, modales en la mesa, servicio de mesa, usuario modelo.

ABSTRACT

“Every meal is a lesson learned”. The Victorian saying warns of the risk of punishment that every guest constantly faces. These sanctions are often related to the way one approaches, selects and handles the cutlery on the table. Indeed, the construction of the ideal guest, of his way of being with others and of behaving in relation to food, often and above all passes by the fact of being a “model-user” of the table service. We will analyze this aspect from the images and speeches broadcasted on the Windsor's Twitter account, the official websites of the royal family and the manuals of good manners they sponsor. Each of these media manifests an aspect of the subjectivity of the ideal guest as a model user of cutlery: territorial, rational and temperate, he is a true political model of individuality.

Keywords: conviviality, semiotics of objects, table manners, table service, user-model

Carlo Andrea Tassinari es investigador postdoctoral en la Universidad de Nîmes. Es doctor en Ciencias del Lenguaje por la Universidad de Toulouse 2-Jean Jaurès (Fran-

cia), y doctor en Patrimonio Cultural por la Universidad de Palermo, Italia. Ha impartido clases de semiótica, comunicación y filología italiana en las universidades de Toulouse, Palermo y Bolonia. Es miembro del comité científico de la revista *Global Humanities* y coeditó el volumen *Dendrolatrie. Miti e pratiche dell'immaginario arborale* (2021) y el n° 34 de *E/C Metodo e testualità. Costruzioni analitiche e modi di fare* (2022). E-mail de contacto carlo.tassinari@unimes.fr; carloandrea.tassinari@unipa.it

FECHA DE PRESENTACIÓN: 20/06/2023 FECHA DE APROBACIÓN: 18/07/2023

1. Introducción: El hombre-con-tenedor

Nuestra contribución pretende mostrar el papel de los objetos, y en particular de los servicios de mesa, en la construcción de la identidad del “invitado modelo” de la mesa de los Windsor. La hipótesis que nos proponemos explorar es que los servicios de mesa juegan un papel fundamental en la integración del comensal en el “ritual de la comida” (Picard, 2014), siendo todo comensal ideal, al mismo tiempo, un “usuario-modelo” (Deni, 2005, p. 81; Zinna, 2009, p. 77) de la red de objetos perfectamente ordenados que abarrotan la mesa.

A partir de esta perspectiva, propondremos reconocer en este entorno “interobjetual” (Landowski y Marrone, 2001) un “poder fáctico” (Deni 2002a, p. 24, 2002b, 2005). En este sentido, los objetos de la mesa serán considerados como “sujetos semióticos” por derecho propio. Veremos que su “acción” se ejerce tanto sobre nuestra condición de invitado como sobre nuestra experiencia gustativa, asegurando su articulación en el espacio de la “convivencialidad” (Boutaud, 2005, especialmente caps. I y II): un espacio en el que el análisis semiótico reintroduce las “masas faltantes” (Latour, 1992) de los objetos de la mesa en la constitución de un colectivo de consumidores de valores alimenticios.

Abordaremos esta idea para mostrar que los objetos contribuyen a construir un tipo singular de “usuario-modelo” que llamaremos “hombre-tenedor”: una forma de subjetividad híbrida, ni hombre ni cubierto, que se constituye en el encadenamiento –señalado por guiones– de un cuerpo, de una mirada, de una relación con la comida y los cubiertos que unen este cuerpo-que-come al espacio de la mesa.

La mesa de los Windsor se presta particularmente propicia para resaltar los rasgos distintivos de este tipo antropológico. En tal sentido, el primer apartado del trabajo

pretende mostrarlo: en el discurso mediático que coproduce, la familia real inglesa se presenta como el “último bastión” de un repertorio de códigos de distinción que fascina y repele la sensibilidad moderna. El invitado ideal de los Windsor –el hombre-tenedor– es más que un invitado: es un modelo político de individualidad. Proyectado en la arena diplomática de las comidas oficiales de la familia real inglesa, el hombre-tenedor es constantemente puesto a prueba por los cubiertos que lo constituyen. No es extraño, por tanto, que las isotopías que lo hacen reconocible sean virtudes familiares al discurso político. Como veremos respectivamente en el tercer, cuarto y quinto apartado, estas resaltan la “territorialidad”, la “racionalidad” y la “templanza”.¹

2. El encanto conservador de lo intempestivo

Interesarse por los modales en la mesa en la era de la “sociedad líquida”, donde la única referencia sería el individuo integrado por el acto de consumo, puede parecer anacrónico (cf. Bauman, 2013). Sin embargo, la evolución de los sistemas de valores occidentales está profundamente enredada con la inactualidad. La familia Windsor es quizás la encarnación más llamativa del gusto por lo intempestivo. Al menos, bajo la mirada mediática.

Como prueba, basta con observar el discurso de la prensa *people*, donde la familia real inglesa se beneficia invariablemente de dos tipos de tematización: por un lado, la manifestación de una etiqueta impecable que marca la alteridad en relación con el común de los mortales; por otro lado, dejarla de lado a través de viandas que se comen sin ceremonia, un lindo pecado de una aristocracia más humana. Uno podría suponer que ciertas figuras de la familia real tienden a especializarse en uno de los dos roles: la reina y el príncipe consorte, por un lado, y su descendencia por el otro (fig. 1). Sin embargo, este mecanismo consolador solo se refuerza con la inversión de los papeles: joh, qué placer sorprender a la mismísima Isabel II alimentándose con sus dedos...!²

Este desdoblamiento se debe sin duda a la duplicidad del cuerpo del rey (Kantorowicz, 1989), un término complejo que incluye los dos roles de lo divino y lo humano. Una complejidad que, además, se manifiesta en la disposición de la mesa real en las cortes europeas de la era moderna: en caso de que quisiera comer en privado, la comida pública del rey podía realizarse sin él –siempre que, por supuesto, un lugar de honor haya sido debidamente preparado y reservado para el simulacro de la divinidad real (Bertelli, 2001, p. 195, trad. del autor). Un simulacro impecable en ausencia de su referente, oponiéndose a un soberano oculto, libre de apartarse de las reglas que rigen los modales de la mesa.



FIGURA 1. Carlos Windsor, durante su principado, bebiendo ruidosamente de una ostra bajo la mirada divertida de su esposa.

Si la situación de la comida hace más evidente la duplicidad de la figura real, con su tensión entre inmanencia y trascendencia, esta evoca también un orden social pasado que debía garantizar. Los simulacros de esta concepción de sociedad se convierten –entonces– en el fetiche de los conservadores modernos quienes, al partir de la idea de que el sentido de la historia va siempre hacia adelante, hacia *la libertad en igualdad de estatus*, inventan retrospectivamente una tradición a la cual mirar con nostalgia (Latour, 2017). Entre estos conservadores modernos, vale la pena mencionar a Alastair Bruce, reservista del Ejército Real Británico, comentarista –primero de la BBC y luego de Sky News– especializado en eventos reales, religiosos y nacionales, consultor histórico de la serie de ITV *Downton Abbey* y hoy gobernador del Castillo de Edimburgo (cfr. Wikipedia en inglés, “Alastair Bruce Croniach”):

El *estatus* y el *deber* daban sentido y posición, pero nadie –poco importaba su rango– era libre de la estricta observancia de las normas. [...] Sin embargo en el mundo post-deferencia, post-moderno y post-aferrarse-demasiado-a-cualquier cosa, que ha evolucionado con el tiempo, donde la igualdad a veces otorga menos felicidad y realización de la esperada, siempre estamos fascinados y buscamos la ilusoria excelencia de vivir; un estilo emblemático de la época. (Bruce, 1980, pp. I-II, trad. del autor)

En Bruce, la oposición entre la etiqueta y sus derogaciones toma la apariencia del conflicto de civilizaciones: por un lado, la sociedad estamental, rígida y jerárquica, pero ordenada y llena de sentido; por otro lado, la sociedad liberal, flexible e igualitaria, pero caótica y sin valor. El aspecto ideológico de esta interpretación no reside únicamente en la axiología que inviste la oposición modernidad/tradición, sino también en

la definición de “tradición” como “respeto estricto a las normas”.³ Este aspecto de la “tradición” no tiene –según sociólogos e historiadores de la “civilización”– nada de “tradicional”. Es, a lo sumo, una actitud muy particular, que se manifiesta cíclicamente con cada traspaso de hegemonía, consistente en redefinir los límites de lo conveniente según las necesidades de demarcación social del presente (Elias, 1973; Greimas, 1976; Bourdieu, 1979; Hobsbawm y Rangers, 2006). La cuestión sigue siendo de actualidad. He aquí un ejemplo del mismo libro, cuyo nostálgico prefacio de Bruce citamos con anterioridad:

Queen Mary es probablemente la responsable de crear el nuevo modo estándar de comer pescado con dos tenedores. Según la historia, vio cuchillos de pescado en una mesa *working class* [de clase trabajadora]. Desde el momento en que la gente normal pareció consumir pescado usando tenedores y cuchillos de pescado, estos ya no fueron utilizados en el palacio. La aristocracia se apoderó de la idea; los caballeros empezaron a usar un solo tenedor para el pescado, dos si era particularmente difícil de deshuesar. En la preparación de la mesa se colocaba solo el tenedor, pero se disponía de un segundo tenedor para la carne –que seguía–, y si este se había utilizado para el pescado, era reemplazado. (Ager y St. Aubyn, 1980, p. 258, trad. del autor)

De este modo, observamos que, para la familia real, el servicio de mesa es uno de los lugares simbólicos donde se establecen usos identitarios (establecidos más por “constricción cultural” que por las propias morfologías de los objetos; cf. Deni, 2002, p. 33). No es de extrañar, por tanto, que buena parte de la presencia mediática de la familia real consista en definir su identidad de grupo mediante discursos y prácticas de buenos modales. Así, al politizar el uso de los cubiertos, la familia real pone sobre la mesa real simulacros interdefinidos de anfitriones e invitados que los comensales empíricos deben endosar para pasar la prueba de la inclusión social.

Ahora bien, para conformar el corpus de este trabajo, hemos seleccionado algunos fragmentos provenientes de diversos materiales: manuales estadounidenses de modales en la mesa que toman como referencia estilística a la familia real (Hartely, 2014; *The habits of Good Society*, 1864); el perfil oficial de Twitter de la Familia Real (@RoyalFamily); manuales de buenos modales (Ager y St. Aubyn 1980; Clayton, 2016) y colecciones de vajillas patrocinadas directamente por los Windsor.

3. Territorialización del yo

Sentarse a la mesa es como aceptar una *proposición de contrato* de parte del dueño de casa. Recibimos esta propuesta tanto de los elegantes gestos del mayordomo o del camarero, como de los objetos que nos rodean. Por un lado, es un *contrato de identidad* (Zinna, 2020, p. 7): los objetos que delimitan nuestro espacio de acción nos identifican como comensales. Por otro lado, es un contrato *fiduciario* (Greimas y Courtés, 1979: “Contrato”): la atribución de una identidad presupone un universo de valores compartidos que somete a todos a la obligación de hacerlos circular, bajo pena de hacer el ridículo

(Marsciani, 1991, p. 42). La disposición de la mesa ya contiene indicaciones que permiten establecer este doble contrato. Para entender dicha lógica, veamos la foto de la mesa real, extraída de la cuenta de Twitter @RoyalFamily en la víspera de un banquete en honor a Donald Trump (fig. 2).



FIGURA 2. Palacio de Buckingham (2019). Preparación de un banquete de Estado en honor al presidente de los Estados Unidos, Donald Trump, difundida por la cuenta de Twitter @Royalfamily.

El primer elemento que salta a la vista es la plétora de objetos abarrotados en la mesa. Algunos de ellos, como los arreglos florales y los candelabros de plata maciza bañada en oro, no tienen función alimenticia. Solo monumentalizan la presencia del anfitrión, la instancia que garantiza la distribución de valores. Estos objetos son delegados del “Destinador” del banquete (Greimas y Courtés, 1979: *ad vocem*) y por tanto portan instrucciones de comportamiento. Más allá de su masa obstructiva, que invita a cada comensal a buscar al interlocutor a su lado y no al frente, marcan un espacio “público” —excluido de la interacción con la comida, que se opone al espacio “privado” donde se autoriza al comensal al consumo. Todo lo que es consumido debe pasar por esta mediación espacial. Esto es lo que indica *A Butler’s Guide to Tablemanner*, “*Official Royal Gift*” en la tienda online del *museo Royal Collection*: “Si tiene una bandeja de servir en tus manos, nunca tomes un trozo de vegetales crudos para ingerirlos directamente; este debería llegar primero a su plato” (Clayton, 2016, p. 381/997, trad. del autor).

Es como si el objetivo estratégico de las normas alimentarias fuera reducir la promiscuidad de los cuerpos al introducir intermediarios no humanos capaces de interrumpir y controlar la cadena de contactos a través de la individualización de

los servicios de mesa¹. El plato individual se convierte en el “marcador central de un territorio que funciona por proyección de la esfera personal, en el cual los cubiertos constituyen los límites aproximativos, las marcas fronterizas” (Beyaert-Geslin, 2009, pp. 102-103). Estas fronteras, fijadas por el Destinador, no pueden ser modificadas por el invitado-Destinario, quien de ninguna manera debe intervenir en el plato, centro instaurador de su área de competencia (“Durante la comida, no mueva ni toque su plato una vez que se ha colocado frente a usted”, Clayton, 2016, p. 354/997, trad. del autor). Además, los objetos que no tienen una función de demarcación explícita deben evitar, asimismo, invitar a los comensales a violar el espacio consentido: “Se debe tener a mano sal y pimienta, y mostaza si es necesario. Nadie debe ponerse de pie o estirarse en la mesa” (Ager y St. Aubyn, 1980, p. 254, trad. del autor).

Asimismo, este principio de separación no solo se aplica al contacto entre los cuerpos de los comensales, sino también entre estos y el alimento a consumir. Por ejemplo, Marchese justifica el éxito de la difusión del tenedor en el siglo XIX como un “aspecto de la privatización iniciada por el Renacimiento. Quizá el aspecto más obvio y significativo por ser inicialmente más superfluo” (Marchese, 1989, p. 166, trad. del autor). De hecho, el tenedor no hace nada que la mano no pueda lograr; sin embargo, este permite ser reemplazado y/o limpiado fácilmente, reduciendo la posibilidad de que la mano combine varias funciones sintácticas. La misma lógica parece aplicarse al cuchillo de servicio común que, a pesar de todo, se sigue utilizando. Esto no deja de producir conflictos de competencia que el buen mayordomo está llamado a prevenir:

Hay personas muy torpes: mientras conversan, olvidan la cuchara de las verduras en la fuente de servir. No tenemos ningún interés de quitarla; es mucho mejor dejarla ahí y tomar otra. Es sorprendente la cantidad de personas que quitan la cuchara de plato de los frijoles y la devuelven al de los guisantes, dejando un con dos cucharas y el otro sin ninguna. No puedes sacar una cuchara de los frijoles y volver a ponerla en los guisantes frente a tu amable invitado; ambas se dejan en los frijoles y se pone una cuchara limpia en los guisantes. (Ager y St. Aubyn, 1980, p. 241)

A partir de este extracto, observamos que la noción de “limpieza” está estrictamente asociada con la de respeto de los límites. El buen invitado es, ante todo, aquel quien respeta sus límites. La satisfacción de esta condición es lo que lo hace digno de confianza. El establecimiento de estos territorios de consumo exclusivo parece revelar una idea de estar juntos que concibe el espacio colectivo y que —a su vez— ha supuesto la institución de una zona de autonomía. Como si la relativa pérdida de control que implica entrar en un comedor, donde nos sirven en público comida preparada por desconocidos, se compensara con el establecimiento de una zona de exclusividad regulada sobre una distancia íntima (Hall, 1966).

El historiador encontrará a la siguiente comparación, quizás, insustancial, pero la organización del espacio de la mesa así concebida no puede dejar de recordar, al menos por homología estructural, el principio consagrado en el acta de nacimiento del derecho internacional europeo, la Paz de Westfalia. Siguiendo la idea de *cuius regio, eius*

religio, los Estados buscan establecer, mediante tratados, nuevas relaciones de confianza basadas en la idea de que cada uno es dueño de la “consumación espiritual” de los sujetos dentro de su territorio, y solo dentro de él. Del mismo modo, el principio de confianza en el que se basa el actante colectivo de la comida moderna se basa en la segmentación de un espacio común en territorios privados, en relación con los cuales se define negativamente un espacio público. ¿La lógica de socialización de los valores alimentarios en los modernos banquetes de Estado podría tener relación con la lógica de la división política en la Europa moderna?

4. Reconocimiento y racionalidad *gourmande*

Si el territorio delimitado por el servicio de mesa garantiza el acceso exclusivo a la comida, el comensal –siempre expuesto a la mirada de los demás– no es, sin embargo, libre en su relación con la comida. Todavía debe calificarse a sí mismo por la manera de utilizar los cubiertos, porque cada uno de ellos corresponde a una manera particular de unir el sujeto al objeto de su deseo. De hecho, la elección de los cubiertos adecuados depende de la correlación entre la serie de alimentos y la serie de utensilios desplegados alrededor del plato; por lo tanto, esta atestigua el reconocimiento, por parte del invitado, del valor alimentario ofrecido por el anfitrión.

Sin embargo, el reconocimiento de este valor depende de la posición ocupada por cada alimento en un sistema codificado de percepciones gustativas, que los protocolos de servicio de mesa organizan en sucesiones relativamente fijas. En términos generales, a partir del Renacimiento, el sistema gustativo de las clases dominantes europeas tendió a organizarse en torno a la articulación disyuntiva entre salado (término dominante) y dulce (término dominado), anteriormente confuso en el agridulce medieval. Al mismo tiempo, esta articulación se manifiesta en el ritual de organización sucesiva que el “servicio a la rusa” (los platos, generalmente tres, asocian el plato individual listo para el consumo con los cubiertos apropiados; cf. Robouchon 2007: 799) eleva con un alto grado de estructuración. Esto se manifiesta en primer lugar en la disposición de los cubiertos sobre la mesa: al definir el espacio de acción del comensal, inscriben al sujeto en la “programación temporal” (Greimas y Courtés, 1979: “Temporalidad”) de la comida:

al inicio de la comida, comience con los cubiertos ubicados en el exterior derecho y exterior izquierdo del servicio, y proceda hacia el interior con cada plato sucesivo. Si el primer plato es sopa [u ostras], la cuchara [o tenedor pequeño a la derecha] no tendrá un cubierto correspondiente [a la izquierda]. (Clayton 2016, p. 365/997, trad. del autor)

Diremos que el despliegue de los cubiertos sobre la mesa es una unidad expresiva correlacionada, por un lado, con una unidad semántica situada en la dimensión de la temporalidad ritual (fig. 3), y, por otro lado, con una unidad semántica ubicada en la dimensión gustativa.

Para comprender mejor esta correlación, nos apoyaremos en la distinción propuesta por Gianfranco Marrone, quien clasifica los valores de los alimentos en dos categorías: “gustosos” y “sabrosos” (Marrone, 2018, pp. 135-139). La clase “gustosos” incluye valores cognitivos que organizan la percepción del catador según las figuras de alimentos que “reconoce” (el sabor a “pescado”, “pollo”, “tomates”, “azafrán”, “de Château l’Hospitalet desde 2017”, etc.). Por otro lado, la clase “sabrosos” incluye valores estéticos que, más allá del reconocimiento de figuras, registran rasgos perceptuales que vinculan u oponen alimentos (salados/dulces, grasos/ácidos, líquidos/sólidos, calientes/fríos) según reglas de concordancia o contraste. En este sentido, podría decirse que la exigencia de reconocimiento de los valores alimentarios, que la cubertería dirige al comensal, se encuadra en dos tipos de habilidades: una cognitiva, otra estética y corporal.

El caso del cuchillo “de pescado” es un caso ejemplar donde la relación entre los cubiertos y el alimento de destino se inscribe dentro de la competencia cognitiva de sabrosos. El cuchillo pescado, con su morfología muy particular, es uno de los cubiertos raros (como el cuchillo ostra) que tiene un solo uso: el pescado. En este caso, la morfología del objeto expresa inequívocamente su correlación simbólica con la figura alimenticia del pescado. No puede confundirse: solo se usa este extraño cuchillo –que se parece mucho a una palita de jardinería– cuando hay pescado, ¡eso es todo! Cuando falta la univocidad de esta asociación, se requiere una competencia más avanzada sobre los sabores, sobre su asociación con clases de cubiertos y sobre la temporalidad requerida por la comida.

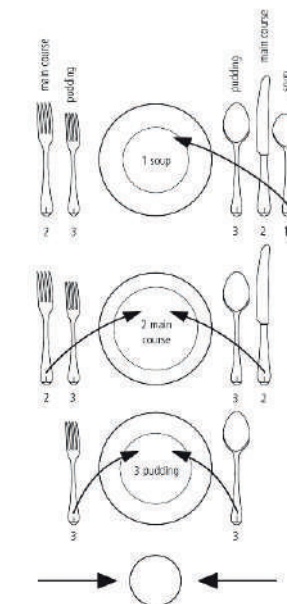


FIGURA 3. La progresión temporal de los cubiertos, ilustrada por Clayton (2016).

Tomemos por ejemplo el caso de las cucharas. En el típico servicio inglés (Ager y St. Aubyn, 1980; Clayton, 2016) con tres platos (fig. 3), la unidad expresiva “cuchara” aparece dos veces en el transcurso de la comida: para la sopa y para el pudín. ¿Cómo dar cuenta de las diferencias sintácticas y semánticas de esta repetición?

Si la comida comienza con una sopa, el lugar de los cubiertos exteriores de la derecha –orientados verticalmente– lo ocupará una cuchara grande; a diferencia de la cuchara pequeña de postre que, para ahorrar espacio, se coloca en la parte superior del plato, orientado en horizontal, paralelo al tenedor pequeño de queso o fruta, el cual será llevado a la mesa al final de la comida. Imagina que las dos cucharas están sobre la mesa. Más allá de su posición (una, reservada para lo dulce, en el eje vertical superior del plato; la otra, reservada para lo salado y ubicada en el eje horizontal a la derecha), esto manifestaría la correlación semisimbólica entre la categoría expresiva del

tamaño de los cubiertos (grandes /pequeño) y la categoría semántica de apetecibilidad (dulce/salado), entrando en “sabroso”. El uso de la cuchara pequeña para la sopa expone la incapacidad de reconocer el orden del servicio, ciertamente, pero también la naturaleza del valor gustativo ofrecido por el anfitrión, y por lo tanto implica una posible sanción social (“Comemos la sopa con cuchara –¡con qué más! –, pero tiene que ser la del tamaño correcto” (The habits of Good Society, 1869, p. 298). Al seguir la misma lógica, no utilizaremos la cuchara grande, reservada para líquidos, para un plato principal sólido. Esto requiere el uso del tenedor incluso si el plato se compone de porciones pequeñas, como guisantes (“Mantenga los dientes del tenedor hacia abajo y cargue la comida en el tenedor presionándolo contra el cuchillo; con práctica, incluso los guisantes difíciles pueden ser transportados en masa de esta manera”, Clayton, 2016, p. 397/997, trad. del autor).

5. El cubierto templado

Ya sea que el cubierto presuponga el reconocimiento cognitivo de figuras alimentarias o de sus cualidades sensoriales, la relación de conjunción entre el sujeto-consumidor y el objeto-alimento tiene como finalidad primordial confirmar el valor de los platos ofrecidos por el anfitrión. En tal sentido, esto destaca la dimensión socializadora del ritual. Por eso, el rol temático del “gourmet” es tan gratificante para el dueño de casa: su habilidad para captar y verbalizar las cualidades de los objetos alimentarios refuerza el vínculo cognitivo entre los invitados y el Destinador de la comida.

Pero los modales en la mesa oponen la construcción positiva de esta figura cognitiva y eufórica con una figura negativa, pasional y disfórica, que sirve de contraste. Es la figura del “glotón” que, en lugar de confirmar la sintaxis de la apreciación del gourmet, tiende a abolir la separación entre sujeto y objeto sobre la cual se funda. El buen invitado aprecia los valores de los alimentos proyectando entre ellos y su cuerpo una distancia analítica que le permite juzgar, en el límite, como lo haría un científico o un crítico de arte, según la ideología gnoseológica dominante. Al hacerlo, el invitado exhibe públicamente no solo su saber-hacer, sino también su saber-ser, es decir, la capacidad de controlar sus necesidades y deseos. Posee cognitivamente el objeto, sin que el objeto, por así decirlo, tome posesión de él, excluyendo la presencia de los otros de la relación fusional que la pasión voraz establece entre el cuerpo y el objeto del deseo. Como dice Eric Landowski, “comer es solo una actividad declarada –exponible en términos de modales en la mesa [...]– a condición de que se presente como un acto a la vez *socializado* [...] y *socializador*, es decir productor de sujetos” (Landowski, 2004, p. 224)⁵.

En nuestro corpus, los elementos distintivos de una sintaxis de consumo “socializada” y “socializante” son las figuras del silencio y la pulcritud. “Come tranquilamente; la esencia de los modales en la mesa es la discreción”, dice Clayton (2016, p. 429/997); porque la discreción es precisamente lo que evita la obstrucción de los circuitos de la sociabilidad, como lo muestra claramente la palabra inglesa “*unobtrusiveness*”⁶.

Pero, ¿cómo se traduce esta idea de discreción y pulcritud, es decir, de separación y dominio de los sujetos sobre los objetos, en los programas sensorio-motores del modelo-usuario del servicio de mesa?

En primer lugar, por una forma particular de tomar los cubiertos. Las figuras 4 y 5 ilustran dos modos apropiados: entrada con un cubierto, generalmente para la cuchara (sopa o budín); y plato con doble cubierto, generalmente para cuchillo y tenedor⁷.

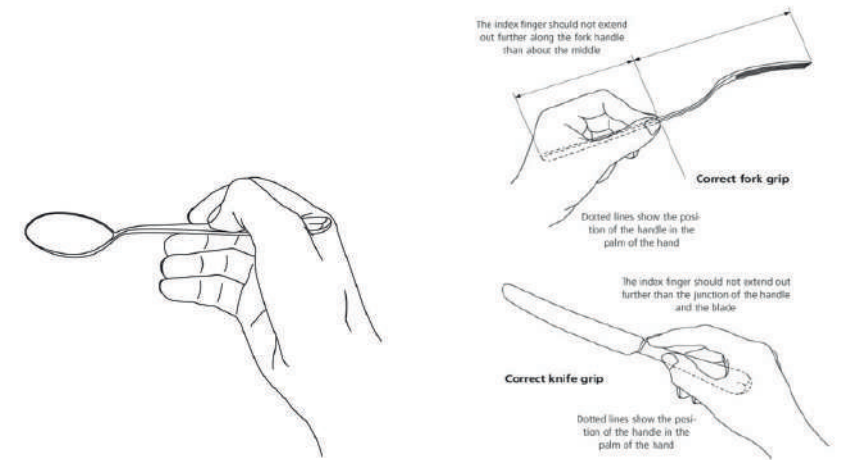


FIGURA 4. Toma de la cuchara de sopa.

FIGURA 5. Toma doble de tenedor y cuchillo.

En ambos casos, se produce una rígida separación de la “interfaz-sujeto” (el mango), límite infranqueable para los dedos, de la “interfaz-objeto” (dientes, cuchilla o concavidad), destinado exclusivamente al alimento (Zinna, 2005, p. 172).

Centrémonos en la interfaz-sujeto en la toma de dos cubiertos. El punto de intervención implica siempre la sujeción muscular activa de tres dedos, el pulgar, el índice y el dedo medio: el pulgar y el índice realizan la presión necesaria para el agarre, mientras que el índice tiene una función auxiliar. Llama la atención que la funcionalización anatómica de la mano-que-como no sufrió modificaciones significativas tras la introducción de los cubiertos: antes de la difusión del tenedor, el movimiento de tomar alimentos con las “manos limpias” era casi idéntico, y lo sigue siendo para algunos alimentos, como papas fritas o vegetales crudos⁸. En todos los casos, la distribución de los puntos de intervención en la interfaz minimiza el contacto entre la mano operadora de conjunción y lo que se introduce en la boca (mediante una herramienta o no). La configuración de tal interfaz-sujeto se opone a la toma de mano completa, que hace coincidir el punto de apoyo con el punto de toma: está prohibido apretar el mango con la palma de la mano, al igual que se considera muy descortés, en los sistemas alimentarios que no proporcionan tenedores, cerrar el puño alrededor de la comida.

La disociación entre puntos de toma y puntos de apoyo proviene así de una economización de contactos entre el sujeto y el objeto que permite tomar el objeto alimento sin confundir las posiciones: este contacto reducido se transfiere la interfaz-sujeto del cubierto y su correcta realización transforma la toma del objeto en el lugar de manifestación de una relación socializadora del alimento, dedicada a la templanza⁹.

Una programación sensorio-motora simétrica parece aplicarse a la interfaz-objeto: la hoja de los cuchillos, los dientes de los tenedores, la cavidad de las cucharas. Ager y St. Aubyn (1980) y Clayton (2016) siguen aquí una tradición establecida ya desde Erasmo de Rotterdam al recomendar, por un lado, no utilizar nunca el cuchillo para comer, y, por otro lado, reducir la superficie de contacto entre los cubiertos y la boca a lo estrictamente necesario para tomar el bocado. En este sentido, conviene hacer dos puntualizaciones.

En primer lugar, parece que los manuales se esfuerzan por distinguir con el mayor rigor posible dos clases de acción: a) la partición del platillo en trozos susceptibles de convertirse en "bocados" y b) la recogida de este y su introducción en la boca. Porque la oposición entre estos programas de acción proyecta indicaciones precisas de comportamiento sobre los cubiertos que la sostiene: se tiende a evitar todo contacto corporal con la interface-objeto que sirve para dividir, reservándolo exclusivamente para aquel que sirve para recolectar. Esta interfaz solo se identifica con una clase precisa de cubiertos en el caso del cuchillo.

El caso de los pudines, ni líquidos ni sólidos, es particularmente interesante en este sentido. Este estado ambiguo requiere una distribución compleja de las funciones de partición y recolección entre dos cubiertos que normalmente se usan de otra manera: el tenedor (si se proporcionan tenedores para pudín) y la cuchara. El tenedor, tomado como en el agarre estándar con la mano izquierda, no se usa para montar y recoger el bocado, sino para darle forma, rastreando las partes del budín que podrían perderse en el plato (como el cuchillo para los guisantes). En la medida en que el tenedor tiene una función de partición exclusiva, nunca entra en contacto con la boca (como un cuchillo).

La cuchara, por su parte, es tomada como un cuchillo en la mano derecha, y se usa tanto para cortar el budín separándolo en partes, como para recoger el bocado; pero las dos empuñaduras, la de separar y la de recoger, son muy diferentes: para recoger, pasamos de la empuñadura de cuchillo a la de cuchara (fig. 6). Al actuar de manera diferente sobre la interfaz-sujeto, la interfaz-objeto también se modifica: ahora ya no es el "filo" de la cuchara el que entra en contacto con la comida, sino la concavidad (fig. 7). A su vez, es solo con esta parte que uno está autorizado a entrar en contacto: no podrá, por ejemplo, lamer el borde de la cuchara donde se habrían adherido restos de budín. Entonces, cualquiera que sea el objeto aquí, lo que importa para la diferencia en el comportamiento es cómo se proyecta sobre él una interfaz de uso culturalmente determinada que separa rígidamente la construcción del bocado de su recolección.

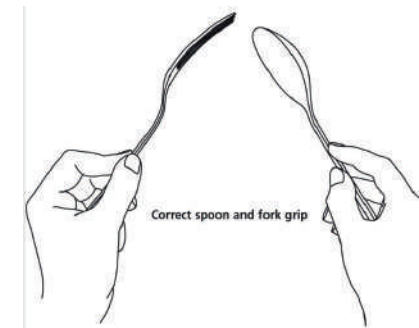


FIGURA 6. Partición del pudín.

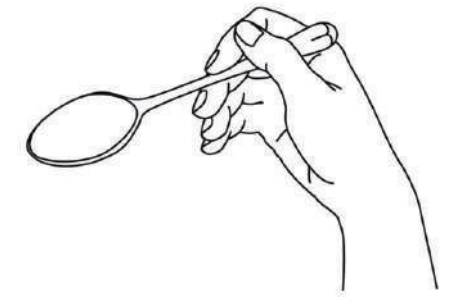


FIGURA 7. Recolección del pudín.

Por tanto, todo parece conducir a singularizar en la medida de lo posible el momento de la introducción en la boca, última transformación del alimento a través del largo proceso de culturización del alimento (Lévi-Strauss, 1968; Barthes, 1970; Greimas, 1983): las materias primas, ahora transformadas en elementos comestibles por el hacer culinario que conduce a la creación del plato, aún necesitan de los últimos gestos del comensal (partición y recolección) que lo vuelven, de hecho, realmente consumible.

Ahora bien, este último segmento del proceso de culturización, la introducción el bocado en la boca, representa el clímax del contacto entre sujeto y objeto y, de hecho, también está rígidamente disciplinado. La trayectoria elude la frontalidad entre comida y rostro gracias a la inclinación sobre el lado de cubierto; la regulación del contacto, en cambio, está asegurada por la recomendación de reducir la penetración de la interfaz-objeto en la boca del comensal a lo estrictamente necesario: el tenedor entra en la boca solo por la parte que contiene el bocado; la cucharada nunca entra en la boca, nos limitamos a beber de ella (fig. 8); en el caso de un sólido para ser consumido con cuchara, se recomiendan las mismas reglas de orientación y penetración del objeto en la cavidad bucal (fig. 9).

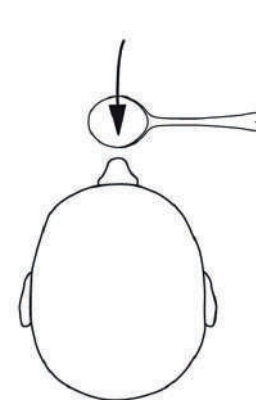


FIGURA 8. Movimiento de la cuchara.

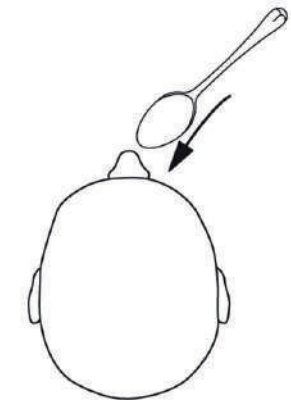


FIGURA 9. Movimiento de la cuchara en el pudín.

En conjunto, emerge claramente una sintaxis figurativa que pretende establecer y reforzar la separación sintáctica entre sujeto y objeto de consumo, al singularizar el cuerpo del primero en relación con el segundo, que debe mantenerse a distancia y bajo control. El enésimo dispositivo de subjetivación del invitado en la base de la división “westfaliana” del espacio de convivencia, diríamos, inseparable de un ritual de reconocimiento “racional” de los valores ofrecidos y de una ética de la “templanza” que debe manifestarse en el menor gesto del cuerpo que come.

6. Conclusión

El dicho victoriano “*Every meal is a lesson learned*” (cf. Groom, 2013, p. 140) revela ahora su profundidad. Los cubiertos nos ponen a prueba, nos desafían. No sorprende que su compleja exhibición pueda causar cierta ansiedad por el rendimiento (cf. Wilson, 2013, p. 251). Las relaciones interobjetuales que los cubiertos establecen entre sí sobre una mesa formal es, por un lado, el soporte expresivo de nuestra supuesta relación con el alimento y con la temporalidad de la comida; por otro lado, construye una escena que pone a prueba –bajo la mirada de los otros– la relación con nosotros mismos y con los demás, a través de nuestra relación con la comida. En particular, hemos visto que los objetos de la mesa no son solo relevos indispensables para la circulación de los valores alimentarios, sino actores que pesan en la construcción de un colectivo generado por el ritual de la comida. Este colectivo, cuya mesa real es solo un lugar ejemplar de manifestación, no se limita a proponer patrones de distinción, sino que refleja ideales coherentes con una filosofía política basada en el principio de individualización privada y estable de los territorios del yo, en el imperativo de circulación de objetos de valor social y en la racionalización –en sentido amplio– de los recursos, así como en las virtudes políticas que califican al invitado como maestro en posesión de sus pasiones alimenticias, reestableciendo el equilibrio entre la figura asocial del glotón y aquella, socializada, del *gourmand*.

Notas

* Este artículo es una versión ligeramente modificada del texto publicado en francés en 2021, con el título “L’homme-à-fourchette». La construction du convive-modèle à la table de Buckingham Palace », en *Actes Sémiotiques*, 124, URL: <https://www.unilim.fr/actes-semiotiques/6852>, <https://doi.org/10.25965/as.6852>. Traducción al español para deSignis a cargo de Carolina Casali (UNC, UPC, UBP). carolina_casali@yahoo.com.ar

1. Sobre el discurso político, reenvío al lector a los estudios seminales de Eric Landowski (1976, 1982). Existe una vasta literatura sobre la relación entre las nociones mencionadas y el discurso político. Sobre la territorialidad, reenvío al dossier “Approches sémiotiques à la notion de territoire”, publicado en *Actes Sémiotiques*, n. 117 (Mitropoulou y Landowski, 2014) y, en particular, a la contribución de Fontanille (2014). Sobre la racionalidad y la templanza, reenvío a la venerable tradición del pensamiento político clásico reconstruida entre otros por Labarrière (2011).

2. Este artículo fue escrito mientras todavía vivía la reina Isabel II. Su muerte requeriría una reconsideración de las relaciones entre roles temáticos y actores en la prensa *people* a partir de un corpus más actual. Argumentamos, sin embargo, que el principio se mantiene: si bien los actores que habitualmente asumen estos roles pueden variar, los roles subyacentes son muy estables. Precisamente, el juego entre la variabilidad de los primeros y la estabilidad de los segundos genera las tensiones discursivas que conllevan este tipo de discurso de prensa.

3. Esto quizá corresponda a un momento histórico preciso: aquel en el que la aristocracia europea, bajo la presión de la burguesía en ascenso, elabora normas de comportamiento particularmente rígidas que le permiten reforzar sus marcas identitarias. Sin embargo, no hace justicia a la historia de los modales de mesa europeos que, del siglo XIII al XVII, fue sin dudas más liberal y menos codificado que durante la época victoriana.

4. La ruptura con la mesa premoderna es evidente. Dominado por las grandes piezas de caza que se sirven incluso antes de que los comensales tomen asiento, su aparato de objetos es relativamente menos complejo y, sobre todo, común: tablas compartidas por dos o tres personas en lugar de platos individuales, un único tipo cuchillo de mesa, sin tenedor. Cf. D. Romagnoli (1998, pp. 328-338).

5. Landowski (2004) recuerda que la oposición “glotón” vs “gourmand” no es ignorada por la semiótica del gusto, que lo ha discutido varias veces desde Brillat-Savarin (1975): cf. Barthes, 1984; Marrone, 1998, 2016; Grignaffini, 1998.

6. Para un desarrollo sobre la semiotización de los sonidos en la mesa, cf. Battistini (2021).

7. Al estilo continental; al estilo americano o “zigzag”, se radicaliza el precepto de usar el cuchillo lo menos posible y se adopta la costumbre de dejarlo después del corte, pasando el tenedor en la mano derecha y dejando la otra libre.

8. Erasmo de Rotterdam, en su *Civitate morum puerilium*, recomienda: «[...] Dejara en tu plato todo lo que no podrás tomar con tres dedos [...]» citado por Marchese (1989, p. 121).

9. Este tema es particularmente sensible en el caso del cuchillo, que no debe ser –en absoluto– “apretado” como “un bate” (E. De Rotterdam, op. cit.). En efecto, ligado al cuchillo, el riesgo de intemperancia está asociado a la fantasía de violencia. (cf. § 2).

Referencias bibliográficas

- AGER, S. Y ST. AUBYN, F. (1980). *The butler's Guide to running The Home and Other Graces*. Random House.
- BARTHES, R. (1970). *L'empire des signes*. Seuil.
- (1984). Lecture de Brillat-Savarin. En *Le bruissement de la langue*. Seuil.
- BATTISTINI, E. (2021). Aspects sonores des bonnes manières de table. *Actes Sémiotiques*, 124. <https://doi.org/10.25965/as.6863>
- BAUMAN, Z. (2013). *La Vie liquide*. Fayard.
- BERTELLI, S. (2001). *The king's two body. Sacred rituals of Power in Medieval and Early Modern Europe*. Pennsylvania University Press.
- BEYAERT-GESLIN, A. (2009). Formes de table, formes de vie. Réflexions sémiotiques pour vivre ensemble. *Médiation et Information. Objets et communication*, 30-31, 99-110.
- BOURDIEU, P. (1979). *La distinction. Critique sociale du jugement*. Minuit.
- BOUTAUD, J.-F. (2005). *Le sens gourmand. De la commensalité, du goût, des aliments*. Paul Rother Éditeur.
- BRILLAT-SAVARIN, A. (1975). *Physiologie du goût*. Éditions des arts et des sciences.
- CLAYTON, N. (2016). *The Butler's guide to tablemanner*. Batsford. <https://www.royalcollections-hop.co.uk/a-butler-s-guide-to-table-manners.html>.

- DENI, M.** (2002a). *Gli oggetti in azione*. FrancoAngeli.
- (2002b). Introduzione. *Versus. Quaderni di studi semiotici*, 91-92, 5-18.
- (2005). Les objets factitifs. En J. Fontanille y A. Zinna (Eds.), *Les objets au quotidien* (pp. 79-96). Pulim.
- DOUGLAS, M.** (1966). *Purity and Danger. An Analysis of Concepts of Pollution and Taboo*. Routledge and Kegan Paul.
- ELIAS, N.** (1973). *La civilisation des mœurs*. Calmann-Lévy.
- FELLOWES, J., STEPHENSON S. Y PEPLER, T.** (2010-2015). (Productores Ejecutivos). *Downton Abbey* [Serie de Televisión]. Carnival Films, Masterpiece.
- FONTANILLE, J.** (2014). Territoire : du lieu à la forme de vie. *Actes sémiotiques*, 117. <https://www.unilim.fr/actes-semiotiques/4958>
- GREIMAS, A. J. Y COURTÉS J.** (1979). *Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*. Hachette.
- GREIMAS, A. J.** (1976). *Sémiotique et sciences sociales*. Seuil.
- (1983). *Du sens II*. Seuil.
- HALL, E. T.** (1971). *La dimension cachée*. Seuil.
- HARTLEY, F.** (2014). *The Ladies' Book of Etiquette and Manual of Politeness*. Hesperus Press Limited. (Obra publicada originalmente en 1860).
- HOBBSAWM, E. Y RANGER, E.** (2006). *L'invention de la tradition*. Éditions Amsterdam.
- GRIGNAFFINI, G.** (1998). Pour une sémiotique du goût : de l'esthésie au jugement. En E. Landowski (Ed.), *Sémiotique gourmande. Du goût, entre esthésie et sociabilité* (pp. 29-40). Pulim, Coll.
- GROOM, S.** (2013). *At the King's table. Royal Dining Through the Ages*. Merrel.
- KANTOROWICZ, E.** (1989). *Les deux corps du roi. Essai sur la théologie politique au Moyen Âge*. Gallimard.
- LANDOWSKI, E.** (1976). La mise en scène des sujets de pouvoir. *Langages*, 43, 78-79.
- (1982). Le discours politique. En J.-C. Coquet (Ed.), *Sémiotique : l'école de Paris* (pp. 151-172). Hachette.
- (2004). *Passions sans nom : Essais de socio-sémiotique III*. PUF.
- (2005). *Les interactions risquées*. Pulim, Coll.
- LANDOWSKI, E. Y MARRONE, G.** (2001). Protée. *La société des objets. Problèmes d'interobjectivité*, 29(1).
- LATOURET, B.** (1992). Where are the Missing Masses? The Sociology of a Few Mundane Artifacts. En W. E. Bijker y J. Law (Ed.), *Shaping Technology, Building Society: Studies in Sociotechnical Change* (pp. 225-258). MIT Press.
- (2017). *Où atterrir ? Comment s'orienter en politique*. La Découverte.
- LÉVI-STRAUSS, C.** (1968). *L'origine des manières de table. Mythologiques III*. Plon.
- MARCHESE, P.** (1989). *L'invenzione della forchetta*. Soveria Mannelli: Rubbettino.
- MARRONE, G.** (1998). Réception et construction de l'objet du goût chez Brillat-Savarin. *Nouveaux Actes Sémiotiques*, 55-56, 9-28.
- (2016). La narrazione del gusto in Brillat-Savarin. En *Semiotica del gusto. Linguaggi della cucina, del cibo e della tavola* (pp. 141-161). Mimesis.
- (2018). *Sémiotique et critique de la culture. Espace, nourriture, nature, objets*. Pulim.
- (2019). Sacrificio in regime mediatico. En D. Bertrand y G. Marrone (Eds.), *Umanimalità* (pp. 51-82). Meltemi.
- MARSCIANI, F.** (1991). Uno sguardo semiotico sulla vergogna. En I. Pezzini (Ed.), *Semiotica delle passioni* (pp. 35-50). Esculapio.
- PICARD, D.** (2014). *Politesse, savoir-vivre et relations sociales*. Puf.
- Robuchon, J. (Ed.). (2007). *Le grand Larousse gastronomique*. Larousse.
- ROMAGNOLI, D.** (1998). Mind your manners: the etiquette at the table. En J.-L. Flandrin y M. Montanari (Eds.), *Food. A Culinary History from Antiquity to the Present*. Columbia University Press.
- The habits of Good Society*. (1869). Carleton Publishers.
- WILSON, B.** (2013). *Consider the Fork. A History of How We Cook and Eat*. Basic Books.

- ZINNA, A.** (2005). L'objet et ses interfaces. *Nouveaux Actes Sémiotiques*, 104-106, 161-192.
- (2009). À quel point en sommes-nous avec la sémiotique de l'objet?. En B. Darras et S. Blekhamsa (Eds.), *Médiation et Information. Objets et communication*, 30-31, 69-86.
- (2020). Dal bel gesto alla lezione. La dimensione rappresentativa dell'interazione. *EJC*, 2. http://www.ec-aiss.it/index_d.php?recordID=1007

Eaten or rotten. I'm all mouth: la imagen autorial de Sylvia Plath en la cuenta "What's Sylvia ate" / "Eaten or Rotten. I Am All Mouth": The Authorial Depiction of Sylvia Plath in the Account Whatsylviaate

Julieta Flores Jurado ORCID 0000-0003-4776-5994

RESUMEN

En una antología de ensayos críticos reciente, Anita Helle (2022: 2) cita los estudios alimentarios como un área emergente en los estudios sobre Sylvia Plath. Este artículo se suma a este campo mediante el análisis de cómo los motivos alimentarios en la obra de Plath producen significado en dos contextos distintos: la cuarentena de 2020, y las expectativas de género para mujeres de clase media a mitad del siglo XX. Propongo que en la cuenta de Twitter *whatsylviaate* se genera una imagen autorial que complejiza la interpretación de Plath como una figura trágica cuya labor creativa era frustrada por la cocina y la domesticidad. Además, la cuenta favorece un tipo de cuerpo hedonista contrario al ideal perfeccionado que predomina en redes sociales. En segundo lugar, resalto la aproximación estética a la comida en la escritura creativa de Plath, y el diálogo que su obra estableció con la cultura popular y la vida cotidiana de Estados Unidos en la posguerra.

Palabras clave: literatura estadounidense, Sylvia Plath, autor, medios sociales, consumo alimenticio.

ABSTRACT

In a recent collection of critical essays, Anita Helle mentions food studies as an emergent field in Plath studies. This paper aims to contribute to this field by discussing how food motifs in Sylvia Plath's writings produce meaning in two different cultural contexts: quarantine in 2020, and the gendered expectations for middle-class women in the mid-twentieth century. I argue that the Twitter account *whatsylviaate* creates an authorial depiction that complicates those interpretations of Plath in which her creative work appears at odds with cooking and domesticity. Moreover, the account favors a kind of hedonistic body that challenges the perfected ideal that is all too common in social media. Secondly, I review Plath's aesthetic approach to food in her creative writing, and the dialogue between her oeuvre and American popular culture and everyday life in the post-war period.

Keywords: American literature, Sylvia Plath, author, social media, food consumption.

Julieta Flores Jurado es doctora en Letras con especialización en Letras Modernas en lengua inglesa: obtuvo este grado con mención honorífica por la UNAM. Actualmente es posdoctorante en el Centro de Investigaciones sobre América del Norte de la UNAM (CISAN), en donde desarrolla un proyecto sobre la función social y política de la escritura gastronómica estadounidense durante la pandemia de COVID-19. Sus intereses de investigación incluyen la representación del cuerpo en los textos culturales, con énfasis en la alimentación y la gastronomía, y la poesía anglófona contemporánea. julietafloresjurado@filos.unam.mx.

FECHA DE PRESENTACIÓN: 20/06/2023 FECHA DE APROBACIÓN: 18/07/2023

1. Introducción

Este artículo analiza la imagen autorial que se construye a partir de la asociación entre creatividad artística, apetito y alimentación en la cuenta de Twitter *@whatsylviaate*, creada por Rebecca Brill. Esta cuenta surgió durante la cuarentena de 2020, y mediante el formato de los 280 caracteres conforma una biografía alimentaria de la poeta estadounidense Sylvia Plath (1932-1963) a partir de las alusiones a la comida en su poesía, ficción y escritos personales. La idea central que pretendo exponer es que en *whatsylviaate* se genera una imagen autorial que problematiza la noción de un genio artístico alejado de las necesidades materiales y del peso de la corporalidad: esto se logra por medio de recopilar pasajes que matizan el difundido mito de la autora como una figura trágica cuya labor creativa era frustrada por la cocina y la domesticidad. Más aún, la cuenta resulta interesante porque recurre a esta figura literaria de mediados del siglo XX para dar sentido a un momento de domesticidad muy diferente: la cuarentena durante una pandemia global.

El artículo se divide en tres secciones: en la primera presentaré el concepto de imagen autorial como una base teórica para comprender el carácter escenográfico y construido culturalmente de la autoría literaria y el lugar ambivalente que el cuerpo y el género ocupan en esta construcción. Después, examinaré *whatsylviaate* como una antología digital de la comida en la obra de Plath, que halló ecos en las actividades domésticas durante la cuarentena y que también resulta llamativa por preferir un modelo de cuerpo hedonista contrario al ideal perfeccionado que predomina en redes sociales. Por último, comentaré la aproximación estética a la comida en la escritura de Plath en el contexto de su publicación original, y el diálogo que su obra establece con teóricos de lo doméstico como Barthes y Lefebvre, así como con las

revistas para mujeres en las que la propia autora se formó. Así, es posible examinar los factores que animan estas escrituras del apetito con respecto a dos momentos separados por más de medio siglo: la cultura culinaria de las décadas de 1950-1960, y la estadía obligada en el hogar en 2020. En referencia al verso del poema "Poem for a Birthday" que da título a este artículo, en un primer momento predominan lo comestible y lo reconfortante en los escritos privados de Plath, mientras que en la parte final del artículo resalto lo podrido (*rotten*) en sus poemas y relatos literarios como metáfora de la repulsión que una mujer ambiciosa en los años cincuenta sentía hacia las normas de género. En síntesis, considero que en la escritura de Plath encontramos una ventana a las negociaciones relativas al género, el cuerpo y el espacio doméstico a mediados del siglo XX, y que, al recontextualizarse en Twitter en un momento de crisis sanitaria, los fragmentos de sus obras adquirieron nuevos significados que tanto matizan la imagen autorial como ilustran algunas preocupaciones vigentes en torno al cuerpo que come.

2. Cuerpo e imagen autorial

En oposición a una noción de texto literario que lo concibe como sujeto a constante resignificación —un objeto inacabado, abierto a ser modificado según su contexto de recepción y a entretenerse con otros textos y discursos culturales— una teoría expresiva de la literatura, como la denomina M. H. Abrams (1971, p. 22) postula una correspondencia directa entre artista y obra literaria: "el artista mismo se convierte en el elemento principal, que genera tanto el producto artístico como los criterios bajo los que se le ha de juzgar"¹. Esta aproximación a la creatividad literaria, asociada con la categoría de "genio" y con la poética del Romanticismo, inaugura "la historia de una figura individual y solitaria, distinguida por un don innato al que le sobran los aprendizajes y cuya creación, obra de su espíritu, a menudo se opondrá a cualquier forma de manufactura y materialidad" (Pérez Fontdevila y Torras, 2016, p. 19). Son precisamente estos dos últimos conceptos los que entran en tensión con los esfuerzos de las mujeres por ser reconocidas como autoras, dado que el binario masculino-femenino subyace a otros dualismos jerárquicos como originalidad-copia, o creación-procreación, en los que las mujeres son identificadas con la categoría de menor estima. Además del estereotipo que subestima la escritura de las mujeres al considerarla repetitiva o falta de originalidad, el menoscabo del cuerpo en la filosofía occidental se manifiesta en marcos estéticos en los que una subjetividad identificada insistentemente con el cuerpo y la materia tendrá dificultades para acceder la categoría de genio. Sobre esto, la filósofa Carolyn Korsmeyer explica:

Si bien la creatividad artística no es meramente una función de la razón superior, es una característica de una mente superior, y el modelo de la mente superior es masculino: una mente fuerte capaz de independizarse de la tradición y de las normas sociales, que se eleva por encima de las preocupaciones cotidianas que estructuran las actividades ordinarias. Con sólo este último rasgo, podemos ver que cualquier persona que esté en gran parte definida por los roles domésticos será excluida de la categoría de genio. (Korsmeyer, 2004, p. 29).

Es por esto que, como explicaré en la siguiente sección, resulta interesante que la celebración de la figura autorial que se lleva a cabo en *whatsylviaate* traiga al primer plano una actividad tan inevitablemente material como comer. Brevemente, conviene recordar que las teorías literarias del siglo XX que inicialmente rechazaron la deificación del autor, concibiendo la escritura como un espacio “en donde acaba por perderse toda identidad, comenzando por la propia identidad del cuerpo que escribe” (Barthes, 2009, p. 101), no repararon en el hecho de que las mujeres no habían llegado aún a ocupar el escalón más alto del que Barthes insistía en remover al autor, y la reivindicación feminista de las autoras quedaría incompleta si, bajo este nuevo paradigma, sus textos se separaban de toda referencia a la identidad y a la corporalidad reales de quien escribe. No obstante, el reconocimiento de cómo el género está implicado en todos los niveles de los fenómenos literarios (desde la creación hasta la representación y la recepción) no implica que haya de restaurarse una teoría expresiva como la manera idónea de estudiar los textos firmados por Sylvia Plath. Lo que propongo en este estudio, como han hecho otros trabajos, es entender a la misma figura autorial como una construcción cambiante, que es resultado de las interpretaciones de los textos y no el origen estable de éstos.

Hoy los estudios autoriales proponen maneras más matizadas de relacionar una obra (*corpus*) con un cuerpo; por ejemplo, mediante los conceptos de *postura autorial* —los repertorios, gestos e iconografías que generan una “‘identidad literaria’ construida por el autor mismo y, en la mayoría de los casos, retomada por los medios, quienes la ponen a disposición del público” (Meizoz, 2016, p. 190) — o *imagen de autor* (aquí estoy utilizando como sinónimo “imagen autorial”), un artificio o proyección que resulta de la apropiación que el público lector hace de la obra literaria, así como de las narrativas y representaciones que construyen un mito o leyenda biográfica, en particular de manera póstuma (Mainguenu, 2015, p. 21). La atención a estos procesos en los que una figura autorial rebasa lo literario y se presenta como figura pública implica que la autoría “también se revela deudora de los dispositivos propios del *régimen mediático* en el que estamos inmersos” (Pérez Fontdevila y Torras, 2016, p. 46), y por supuesto, en nuestra época esto incluye las redes sociales, aun si la escritora en cuestión nunca tuvo acceso a ellas. El reforzamiento de estas narrativas autoriales ocurre también en prácticas como las visitas a las casas de los escritores y escritoras, a los cementerios donde yacen, o en la fascinación por su corporalidad cuando se exhiben sus objetos personales a manera de reliquias. En el caso de Sylvia Plath, el hecho de haber tenido un periodo de estadía en un hospital psiquiátrico y haber muerto por suicidio a los treinta años, dejando detrás una obra en la que la comida y la domesticidad cumplen funciones contradictorias, simultáneamente angustiantes y gozosas, impacta en cómo se continúa construyendo su imagen de autora en la actualidad. No obstante, la cuenta de Twitter *whatsylviaate*, creada en 2020, pone el foco en eventos de la vida de Plath que no invocan inmediatamente estas connotaciones de enfermedad, incompreensión y sufrimiento.

3. Whatsylviaate como biografía alimentaria

Sylvia Plath ha resurgido en la cultura contemporánea como una exponente central de las narrativas de formación femeninas (*coming-of-age*) y como una precursora de un tipo de expresión de la vida personal que continúa vigente en el panorama literario e incluso musical de la cultura estadounidense contemporánea. La labor de Plath como diarista y escritora de cartas es conocida y estudiada: esta producción escrita en lo privado se encuentra publicada en los volúmenes *The Unabridged Journals of Sylvia Plath* (Kukil, 2007) y *Letters Home* (Schober Plath, 2010), así como en dos nuevos volúmenes de cartas completas (*The Letters of Sylvia Plath* vols. 1 y 2, Steinberg y Kukil, 2017 y 2018). Para Helle (2022, p. 2), estos materiales “ofrecen ‘microhistorias’ de una obra literaria enmarcada en los materiales de la vida cotidiana”.

Durante la cuarentena de 2020, los escritos de Plath, bajo la curaduría de Rebecca Brill, se combinaron con un género identificable en las representaciones digitales de lo autobiográfico: el diario alimentario. En la cuenta de Twitter *@whatsylviaate* Brill edita una antología de fragmentos de los textos de Plath que hacen alusión a la comida o la alimentación, procurando habitualmente una coincidencia entre la fecha original registrada por Plath y la fecha del *tweet*. Plath no tuvo un diario específicamente alimentario, pero registraba cotidianamente sus comidas, las recetas que preparaba, y sus experiencias sensoriales en estas ocasiones. Los *tweets* de Plath/Brill generan un efecto de desfamiliarización propio del lenguaje poético, a causa de la brevedad de los enunciados que invitan a prestar atención al lenguaje mismo y a la forma condensada y atípica en la que se representan los objetos u acciones relacionados con la comida. Un ejemplo de esto es la manera en que Brill aísla solamente unas pocas palabras en *tweets* como “higos y naranjas” (7 enero 2023)², o un solo símil en “oh, muerdo, muerdo la vida como una manzana ácida”, frase en la que Plath alude al poema “Aubade” de Louis MacNeice (31 agosto 2022). Al encontrar estos enunciados fuera de contexto se produce el extrañamiento propio de la “literaturidad”, pues el lenguaje que utiliza Plath para registrar sus comidas cotidianas puede ser tan asombroso e inesperado como el lenguaje de sus poemas. Sobre esto, Brill afirma que “el propio lenguaje que Plath utiliza eleva lo mundano a algo realmente bello y teatral . . . utiliza el mismo lenguaje elevado para describir, por ejemplo, su almuerzo, que el que utiliza en su poesía para describir la depresión, el amor o la sexualidad. Y comer se vuelve tan interesante como la muerte, el amor o la sexualidad” (en Goldberg, 2021). Más aun, lo ordinario adquiere un valor estético sin que se borre del todo la corporalidad de la autora, pues el mismo nombre de la cuenta establece el hecho innegable de que Sylvia *comía*.

En los fragmentos publicados diariamente en *whatsylviaate*, las descripciones alimentarias de Plath van desde ocasiones especiales (“dos botellas de vino rosado para cenar y un pastel de cumpleaños con velas en honor a mi día, lo que me conmovió mucho” [28 octubre 2021]) hasta objetos tan simples como un vaso de agua. Brill sugiere que la cuenta ganó seguidores gracias a las escenas reconfortantes de lo cotidiano que brindaban compañía en la incertidumbre que se vivía durante el primer año de la

pandemia, además de ser una vía inusual para que el público tuviera la sensación de intimidad y proximidad con la autora. En las redes sociales y en las plataformas de video es frecuente que se genere una sensación de cercanía cuando vemos a otras personas en sus espacios privados y, especialmente, cuando sabemos lo que acostumbra comer. Julie Goldberg (2021) resalta este elemento afectivo: “Plath anima y asigna diferentes estados de ánimo a lo que come, logrando frecuentemente un sutil efecto cómico . . . su tono puede indicar cómo se siente respecto a lo que hay en su plato, pero más aún, narra una historia completa sobre su estado emocional en ese momento, tanto al escribir como al comer”. Entre los fragmentos publicados en 2020 resaltan aquellos en los que la poeta enumera los detalles de una rutina doméstica monótona, como “por una flojera escandalosa no me cambié la pijama, mi desayuno duró dos horas y comí manzanas, plátanos, pan de malta y café caliente” (26 noviembre 2020). Algunos fragmentos, incluso los publicados más recientemente, continúan evocando el confinamiento de 2020 y la situación doméstica experimentada en ese periodo por muchas seguidoras de la cuenta: “La cocina sigue siendo nuestro centro. Hice un pan de plátano muy bueno” (11 febrero 2023) o, sobre la rutina de Plath en Court Green, Devon, “He estado malabareando dos niños pequeños, setenta manzanos, abejas que comen almíbar y todo tipo de negociaciones” (21 noviembre 2022).

Goldberg (2021) señala que “al extraer estas instancias de su contexto original y publicarlas en secuencia, Brill —ayudada por el estilo de lista que surge del límite de palabras de Twitter y por la opción de desplazarse hacia abajo infinitamente— reensambla estos fragmentos en un *food log* honesto, si bien manufacturado”. Este comentario condensa dos aspectos notorios del proyecto de *whatsylviaate*: por un lado, que la cuenta valora la honestidad, la imperfección y la inmediatez que evocan estos fragmentos, a pesar de que Plath siempre fue rigurosa en su trabajo creativo y de lo difícil que es determinar si una autora logra desprenderse de la conciencia de hablar ante una audiencia incluso en sus escritos privados. En segundo lugar, el reconocimiento de que la cuenta manufactura una imagen específica de Plath como autora-comensal habla de una intención de intervenir en las narrativas preexistentes que pasan por alto la corporalidad de la autora o que representan lo doméstico únicamente en términos antagónicos. En la siguiente sección se profundizará en la creatividad culinaria de Plath: esta entrada sirve como ejemplo: “Anoche hice un estupendo pay de limón y merengue, mi primero, y la corteza Flako es maravillosa y parece un sueño —con el termómetro del horno ya no quemé las cosas y estoy muy satisfecha” (15 febrero 2021). No obstante, esta celebración de una habilidad culinaria en ocasiones también daba paso a una tensión entre genialidad y domesticidad que remite a la condición de las mujeres educadas y profesionales en un contexto de rígidas expectativas de género. El siguiente fragmento es un ejemplo de esa tensión:

En lugar de estudiar a Locke, o de escribir —me pongo a hacer un pay de manzana, o estudio *The Joy of Cooking*, leyéndolo como si fuera una rara novela. Wow, me dije a mí misma. Escaparás hacia la domesticidad y te ahogará al caer de cabeza en un tazón de masa de galletas. (25 febrero 2023)

En *whatsylviaate*, así como en los textos narrativos y poéticos que comentaré en el siguiente apartado, emerge una visión matizada que da cuenta de cómo la comida en la obra de Plath simboliza tanto dolor como placer, ansiedad y seguridad, revulsión y placer. Sería impreciso simplificar estas contradicciones, pero cuando se trata de una narrativa tan marcada por las experiencias dolorosas como la percepción más difundida de Plath, considero que es pertinente resaltar el placer con el objetivo de equilibrar la leyenda biográfica que ha contribuido a reproducir el lugar común de una escritora cuya genialidad es suprimida o ignorada, e inevitablemente tiene un fin trágico. La selección de escenas de placer gustativo contribuye entonces a balancear la historia unidimensional de una autora cuyo legado suele reducirse a los problemas de salud mental que condujeron a su muerte prematura. Al traer al primer plano a las mujeres hambrientas que figuran tanto en la escritura creativa de Plath como en su autorrepresentación en diarios y cartas, como lo hace la cuenta, es posible resaltar el apetito como parte de una aproximación estética a la comida que resultaba relevante tanto en el contexto estadounidense de mediados del siglo XX como en la época actual. Así, los fragmentos seleccionados por Brill demuestran que la imagen autorial de Plath se simplificaría si se asume que la cocina es un sitio que sin excepciones restringe la creatividad, o que su relación con la comida está siempre marcada por la ansiedad o por apetitos insatisfechos. Considero que la cuenta hace un trabajo importante al reunir materiales que permitan construir una imagen más compleja de una autora que también encontró goce y deleite en la cocina, y al situar estos escenarios de domesticidad conflictiva en un momento de emergencia sanitaria en el que nuevamente la domesticidad se volvió ineludible para un gran número de mujeres.

Además de la desfamiliarización que permite una aproximación estética a las escenas de comida, y de la posibilidad de hallar acompañamiento en esta atención reconfortante a lo doméstico en momentos angustiantes —en particular durante un periodo en el que muchas lectoras se enfrentaron al borrado de las fronteras entre lo doméstico y la vida profesional—, encuentro una razón más por la que el proyecto *whatsylviaate* resulta llamativo. La inmediatez de la voz de una mujer registrando su gratificación sensorial y su aceptación de ser una comensal imperfecta constituye una alternativa a las imágenes de cuerpos esmerados que predominan hoy en las redes sociales. Plath aparece preocupándose por dormir bien y por beber agua para mejorar la piel de su cara, pero agrega que “esta mañana hice una gran y suave ya-sabes-qué, así que me siento mucho mejor” (6 julio 2021). En una nota menos celebratoria, cabe señalar que la recepción positiva que ha tenido *whatsylviaate* encaja con un patrón en el que las mujeres blancas, delgadas, jóvenes y hermosas son vistas como osadas y liberadas al comer en abundancia, pero no todos los cuerpos pueden participar libremente de este hedonismo. “Cuando ella consume toda esta comida con deleite y placer —es algo que quizás no celebraríamos si Plath hubiera sido gorda”, reconoce Brill (en Goldberg, 2021). Si se evita este riesgo de hacer del cuerpo esbelto el modelo singular de liberación posfeminista, considero que la recuperación de Sylvia Plath como una escritora que persiguió su apetito sensorial y creativo es una aportación valiosa que resta poder a tantas leyendas en las que las escritoras que transgreden las normas de

género son castigadas con el aislamiento y la enfermedad (véase Pérez Fontdevila, 2019, p. 44). Así, la escritura cotidiana de Plath continúa inscribiendo una dimensión corpórea de los textos que puede enriquecer la crítica acerca de su obra y transformar otros paradigmas en los estudios literarios, y también se recontextualiza en nuevas negociaciones acerca del género, el cuerpo y la tensión entre lo público y lo privado.

4. **Apetito indisciplinado y la cultura alimentaria de mitad de siglo**

Como señala Lynda K. Bundtzen (2010, p. 79), quienes conocen superficialmente la historia de Plath como una figura trágica probablemente se sorprenderían del hedonismo y del goce sensorial que se manifiestan en sus cartas y diarios. Goldberg (2021) concuerda en que “a algunas personas les causa un shock leer a Plath hablando tan apasionadamente sobre comida abundante y pesada. La genio torturada, suponemos, es también la poeta que pasa hambre, liberándose de la carne para emerger como un ser puramente intelectual, espiritual”. Plath también cocinaba y horneaba como una manera de lidiar con los periodos de bloqueo, frecuentemente con el apoyo de *The Joy of Cooking* de Irma Rombauer, uno de los libros de cocina más influyentes de todos los tiempos, publicado originalmente en 1931 y que hoy continúa imprimiéndose. Plath, viviendo en Inglaterra en 1956, le pidió a su madre que no olvidara llevarle su ejemplar cuando la visitara: se refiere al libro como “mi bendita Rombauer”, y en su lectura enfatiza su placer por encima de cualquier deber. Refiere que al leerlo se le hace “agua la boca”, y elogia la “deliciosa crema de champiñones” que prepara siguiendo las instrucciones del libro (*whatsylviaate*, 6 noviembre 2020). En la Navidad de 1961 Plath se resiste a preparar un ganso, el asado tradicional de la temporada festiva en Inglaterra, y planea un menú clásicamente estadounidense: pavo y pay de manzana. Como un bocadillo para estudiar, a Plath le gustaban las galletas de chispas de chocolate, la famosa receta ideada por Ruth Wakefield en 1939 en la posada Toll House de Massachusetts, su estado natal (*whatsylviaate*, 14 abril 2022).

En su vida cotidiana, la comida era para Plath una fuente constante de estabilidad y orgullo. Su biógrafa Elizabeth Winder escribe: “Sylvia Plath simplemente amaba la comida de la misma manera que amaba tanto del mundo natural. De sus diarios, se puede inferir que amaba comer. Escribió acerca de la miel fresca en un panal, el destello de azul dentro de una ostra, el amarillo deslumbrante de una yema de huevo” (Winder cit. en Fain, 2013). Muchas de estas descripciones vienen, además de los diarios, de cartas a su madre, Aurelia, pero como ha observado Gerard Woodward (2019, p. 117), las alusiones a la comida en los textos profesionales de Plath son también extremadamente frecuentes, y aparecen en aproximadamente un tercio de sus poemas. Aunque estas referencias son pasajeras, la iconografía alimentaria es memorable y desestabilizadora: puede ir desde la apóstrofe a un bebé “Oh mi pequeña hogaza creciente” en “You’re” (Plath, 1981, p. 122) a la imagen abyecta de un seto de moras “tan maduras que es un arbusto de moscas” en “Blackberrying” (Plath, 1981, p. 168). Woodward (2019, p. 118) afirma que Plath “es una poeta de las cosas y los

sentidos, y la comida es parte indispensable de su mundo sensorial”, y destaca asimismo la actitud no delicada de la poeta ante las realidades materiales del cuerpo que come. Esta actitud desafía los hábitos de discreción y mesura que se inscribían en los cuerpos femeninos. Además, la dimensión inquietante de la comida era una constante en los poemas de Plath: el espacio de la cocina se percibe como viciado y venenoso en “Lesbos”; en la despensa de la primera sección de “Poem for a Birthday” hay “calabazas naranjas” que “no tienen ojos” y coles de color “violeta agusanado”; la mujer artificial de “The Applicant” “sabe coser, sabe cocinar”; y “Lady Lazarus” declara “devoro hombres como aire” (Plath, 1981, pp. 141, 168, 227, 131, 222, 247). En contraste con estos últimos ejemplos que tienden a lo perturbador, en los registros personales de Plath, como se vio en el apartado anterior, la práctica de simplemente nombrar y enlistar ingredientes y platillos comunica abundancia y seguridad.

La década de 1950 en Estados Unidos marcó un regreso a valores conservadores y a una promoción del rol doméstico de las mujeres, y la expectativa de “ocupar menos espacio” se manifestó en la creciente cultura de las dietas. Para las mujeres de clase media que no trabajaban fuera de casa, el trabajo de la belleza también demandaba tiempo y esfuerzo. Pero el apetito de Plath excedía estas expectativas, literal y metafóricamente: su hambre insumisa se demuestra en su antojo explícito de filetes, estofados de carne y postres, tanto como en su ambición artística. En 1957, Plath enlaza directamente su disfrute de festines sofisticados con su éxito como escritora: “Tomamos té enfrente de King’s, y comimos una deliciosa cena de sopas, tomates rellenos, pavo, mousse de limón y vino de Chablis en un nuevo restaurante elegante. No teníamos suficiente dinero para caracoles y venado, pero vamos a regresar a probarlos si pronto gana algo de dinero por mi poesía” (*whatsylviaate* 24 febrero 2023).

La figura de la joven escritora de apetito indisciplinado reaparece en la escritura de Plath, notablemente, en la caracterización de Esther Greenwood, la narradora de la novela *The Bell Jar* (1963). Esta novela contiene una de las escenas de banquetes más memorables en la literatura del siglo XX, pero se trata de un festín que revela las contradicciones de un momento en el que la ambición profesional de mujeres jóvenes era simultáneamente validada y desalentada. Plath llegó a la edad adulta en un clima en el que, a pesar de la prosperidad material en Estados Unidos, la condición de las mujeres, pero también de la población afroestadounidense e inmigrante, era de hambre e insatisfacción en un mundo que reducía su capacidad de agentividad y movilidad. La industria publicitaria de mitad del siglo XX descubrió en la cultura de las dietas un mercado lucrativo que interpela principalmente a las consumidoras, y las revistas para mujeres, el trasfondo profesional de la primera parte de *The Bell Jar*, han sido uno de los sitios donde más exitosamente se ha producido esta subjetividad femenina definida por el monitoreo de su alimentación, su peso y proporciones, que ante platillos abundantes resiste a la tentación o elige otra opción con menos calorías. Sin embargo, continuaré refiriéndome al trabajo de Caroline Smith y Marsha Bryant para presentar una noción más completa de la función cultural de este tipo de publicaciones, que no fueron únicamente productoras de cuerpos lectores dóciles.

Bryant conecta la aproximación de Plath a lo doméstico con el trabajo teórico contemporáneo de Roland Barthes y Henri Lefebvre en torno a los objetos domésticos y la vida cotidiana. Así como Lefebvre (1991, p. 13) afirmó que “las cosas más extraordinarias son también las más cotidianas; las cosas más extrañas suelen ser las más triviales”, mientras que a Barthes le fascinaba que la publicidad hubiera vuelto míticos los productos de limpieza y los utensilios cotidianos, Plath detectó lo extraordinario y perturbador en un entorno que conocía bien y lo trasladó a su obra literaria: según Bryant (2011, p. 132), la casa moderna de mediados del siglo XX es un lugar en el que “la preparación diaria de alimentos se transforma en algo ordinario y fantástico, artístico y automático. Oportunamente, el ama de casa no necesitaba trascender el espacio y el trabajo domésticos para experimentar aquellas extrañas visiones. Algunos de los poemas de Plath en *Ariel* expresan una dimensión sobrenatural semejante dentro de lo doméstico”.

Plath publicó su primer cuento en la revista *Seventeen* en 1950 y realizó prácticas profesionales en *Mademoiselle* durante el verano de 1953, una experiencia que sería ficcionalizada en los capítulos iniciales de *The Bell Jar*, en los que Esther trabaja en una revista llamada *Ladies' Day*. En su lectura de la novela, Caroline Smith sugiere que las escenas de comida en esta etapa del relato de Esther deben leerse en paralelo a los discursos contradictorios de las revistas para mujeres, que asumían la domesticidad y el cuidado de una familia como una parte inevitable de las vidas de sus lectoras y simultáneamente las impulsaban a buscar una educación superior y un empleo remunerado. Este contexto ha motivado una lista creciente de artículos y capítulos de libros que analizan cómo la poesía y la narrativa de Plath dialogan con la emergente cultura de consumo y con la publicidad dirigida a mujeres que aparecía en las revistas en las que ella misma colaboró. Más que entrar en el campo amplio de la dimensión ideológica de las revistas y los modelos de feminidad propuestos en ellas, quiero concentrarme en los mensajes acerca del cuerpo y el apetito que circulaban en estos escenarios, para justificar por qué los cuerpos que comen imaginados por Plath resultaban subversivos en el momento de la publicación de estas obras, pues considero que esta insumisión aún es valorada por el público lector actual.

Esther es notablemente poco hábil en la cocina, algo que la distingue (en términos de una falta) de sus modelos de feminidad de generaciones previas:

Empecé a sumar todas las cosas que yo no podía hacer. Comencé por la cocina. Mi abuela y mi madre eran tan buenas cocineras que se los dejaba todo a ellas. Estaban constantemente tratando de enseñarme un plato u otro, pero todo lo que yo hacía era mirar y decir: “Sí, sí ya veo”, mientras las instrucciones se deslizaban por mi cabeza como agua, y luego siempre echaba a perder lo que hacía, de manera que nadie me pedía que lo hiciera otra vez. (Plath, 2019, p. 60)

Aunque no tiene interés en la preparación de alimentos, Esther se pronuncia firmemente respecto al placer que obtiene de comer. Marca una distancia entre ella y sus colegas que sólo piden ensalada y jugo de toronja, y le extraña que se encuentren constantemente a dieta: “Me afanaba para comer muy rápido y no hacer nunca esperar a los demás, que por norma solo pedían la ensalada de la casa y mosto de uva porque intentaban adelgazar.

Casi toda la gente que conocí en Nueva York intentaba adelgazar” (Plath, 2019, p. 26) – la palabra usada en inglés para “adelgazar” es *to reduce*, un eufemismo que a la vez sugiere la desaprobación hacia mujeres que ocupan demasiado espacio.

Al asistir al festín ofrecido por la revista en la que trabaja, Esther desea comer con voracidad:

No sé muy bien por qué, pero me gusta la comida más que nada en el mundo. . . Mis platos favoritos están cargados de mantequilla y queso y crema agria . . . Amparada por el tintineo de los vasos de agua y los cubiertos y la porcelana fina, llené mi plato de lonchas de pollo. Luego cubrí las lonchas de pollo con una capa de caviar tan generosa como si untara una rebanada de pan con manteca de cacahuete. Luego enrollé una por una las lonchas de pollo con los dedos, para que no chorreará el caviar, y me las fui comiendo. . . Cuando terminé el primer plato de fiambre de pollo con caviar, me preparé otro. Entonces atacé el aguacate y la ensalada de cangrejo. (Plath, 2019, pp. 26-28)

Este apetito voraz es rápidamente castigado cuando Esther y su amiga Betsy sufren esa noche un terrible episodio de vómito. Para Sandra Gilbert (2014, p. 250), la comida perfecta por fuera, pero descompuesta por dentro representa “el festín indigerible de la feminidad”. El cuerpo de Esther reacciona violentamente no sólo a la carne echada a perder, sino a la experiencia de ser constantemente bombardeada por modelos de perfección inalcanzable. Su descripción de los manjares que la enfermaron evoca una sesión fotográfica y la forma convencional de representar a celebridades glamorosas como si fueran objetos de deseo y consumo:

Tuve una visión de las blancas cocinas celestiales de *Ladies' Day* extendiéndose hasta el infinito. Vi cómo rellenaban una tras otra las mitades de aguacate con cangrejo y mayonesa y las fotografiaban bajo luces brillantes. Vi la delicada carne con vetas rosadas de las pinzas asomando seductoramente a través de la capa de mayonesa y la pulpa amarilla con el borde verde caimán acunando toda aquella bazofia tóxica. Veneno. (Plath, 2019, p. 41)

5. Conclusiones

Considerando material de diversas etapas y orígenes en la producción textual de Plath, cuyos contenidos abarcan desde comidas sencillas y apetitos básicos hasta delicados platillos que resultaron nauseabundos, he buscado contribuir, como sugiere Helle (2022, p. 3), a reinterpretar la obra de Plath haciendo énfasis en “su exposición a la vida cotidiana y a la experiencia corpórea”. Los ejemplos destacados tanto por Rebecca Brill como por las estudiosas que indagan en los significados de comida en la obra de la autora estadounidense son útiles para conformar una imagen autorial multidimensional, no exenta de contradicciones, y para resignificar estos escritos en un nuevo periodo de tensiones relativas al género y el trabajo doméstico. La variada iconografía alimentaria creada por Plath ofrece una ventana a las negociaciones relativas al género, el cuerpo y el espacio doméstico a mediados del siglo XX, pero sobre todo, continúa inquietándonos y nutriendo nuevas lecturas que nos llevan a pensar en cómo conocemos el mundo con nuestros ojos y nuestra mente, pero a veces también mediante bocados deseosos.

Notas

* Este artículo recibió el apoyo del programa de becas posdoctorales de la Universidad Nacional Autónoma de México, y se enmarca en el proyecto "Escrituras del apetito desde el confinamiento: políticas de la escritura gastronómica estadounidense contemporánea", asesorado por la Dra. Nattie Golubov en el Centro de Investigaciones sobre América del Norte.

1. Las traducciones del inglés son mías, salvo que se indique lo contrario en la entrada bibliográfica correspondiente.

2. Para citar los tweets de la cuenta *whatsylviaate* se indicará solamente su fecha de publicación. En la bibliografía se incluye la información completa de la cuenta.

Referencias bibliográficas

- ABRAMS, M. H.** (1971). *The Mirror and the Lamp: Romantic Theory and the Critical Tradition*. Oxford University Press.
- BARTHES, R.** (2009). La muerte del autor. En M. Stoopen (Coord.), *Sujeto y relato. Antología de textos teóricos* (pp. 101-107). UNAM.
- BRYANT, M.** (2011). *Women's Poetry and Popular Culture*. Palgrave.
- BUNDTZEN, L. K.** (2010). Lucent Figs and Suave Veal Chops: Sylvia Plath and Food. *Gastronomica* 10(1), 79-90. <https://doi.org/10.1525/gfc.2010.10.1.79>.
- FAIN, J.** (2013, 27 de septiembre). Biographer Elizabeth Winder on Sylvia Plath's Food and Body Issues. *Huffpost*. https://www.huffpost.com/entry/sylvia-plath_b_2944939.
- GILBERT, S. M.** (2014). *The Culinary Imagination: from Myth to Modernity*. W.W. Norton.
- GOLDBERG, J.** (2021, 3 agosto). A Talk with Rebecca Brill of @whatsylviaate. *Nosh*. <https://noshthemag.com/Rebecca-Brill-whatsylviaate>.
- HELLE, A.** (2022). Approaching Sylvia Plath in the Twenty-First Century. En A. Helle, A. Golden y M. O'Brien (Eds.), *The Bloomsbury Handbook to Sylvia Plath* (pp. 1-16). Bloomsbury.
- KORSMEYER, C.** (2004). *Gender and Aesthetics. An Introduction*. Routledge.
- KUKIL, K. V.** (Ed.). (2007). *The Unabridged Journals of Sylvia Plath, 1950-1962*. Anchor Books.
- LEFEBVRE, H.** (1991). *Critique of Everyday Life. Volume 1: Introduction*. Verso. (Trabajo publicado originalmente en 1947)
- MAINGUENEAU, D.** (2015). Escritor e imagen de autor. *Tropelias: revista de teoría de la literatura y literatura comparada*, 24, 17-30. https://doi.org/10.26754/ojs_tropelias/tropelias.2015241139.
- MEIZOZ, J.** (2016). ¿Qué entendemos por "postura"? En A. Pérez Fontdevila y M. Torras Francés (Eds.), *Los papeles del autor/a. Marcos teóricos sobre la autoría literaria* (pp. 187-204). Arco Libros.
- PÉREZ FONTDEVILA, A.** (2019). Qué es una autora o qué no es un autor. En A. Pérez Fontdevila y M. Torras Francés (Eds.), ¿Qué es una autora? Encrucijadas entre género y autoría (pp. 25-60). Icaria.
- PÉREZ FONTDEVILA, A. Y TORRAS FRANCÉS, M.** (2016). Hacia una *biografía* del concepto de autor. En A. Pérez Fontdevila y M. Torras Francés (Eds.), *Los papeles del autor/a. Marcos teóricos sobre la autoría literaria* (pp. 11-51). Arco Libros.
- PLATH, S.** (1981). *The Collected Poems*. Harper and Row.
- (2019). *La campana de cristal*. Penguin Random House. (Trabajo publicado originalmente en 1963)
- SCHOBER PLATH, A.** (Ed.). (2010). *Letters Home by Sylvia Plath. Correspondence 1950-1963*. Faber and Faber.
- SMITH, C. J.** (2010). "The Feeding of Young Women": Sylvia Plath's *The Bell Jar*, *Mademoiselle* Magazine, and the Domestic Ideal. *College Literature*, 37(4), 1-22. <http://www.jstor.org/stable/27917762>.

STEINBERG, P. K. Y KUKIL, K. V. (Eds.). (2017). *The Letters of Sylvia Plath Volume I: 1940-1956*. HarperCollins.

— (Eds.). (2018). *The Letters of Sylvia Plath Volume II: 1956-1963*. HarperCollins.

Sylvia Plath's Food Diary [@whatsylviaate]. (s.f.). *Cuenta de Twitter/X*. <https://twitter.com/whatsylviaate>

WOODWARD, G. (2019). Plath and Food. En T. Brain (Ed.), *Sylvia Plath in Context* (117-125). Cambridge, Reino Unido: Cambridge University Press.

Cartografía de la arancina. Agency de una receta / Mapping the Arancina. Agency of a Recipe

Gianluca Burgio ORCID 0000-0002-0051-2685

Maria Giulia Franco ORCID 0000-0003-1975-0402

Deborah Giunta ORCID 0009-0001-1591-0678

RESUMEN

El siguiente estudio se centra en el análisis semiótico y espacial del proceso de elaboración de la *arancina* palermitana. Se pondrá de relieve que las recetas son complejos programas de acción que organizan espacios y producen objetos de valor, y se relatará el proceso de elaboración de la receta utilizando una metodología de análisis socio-semiótico y arquitectónico. Además, se presentarán las fases individuales de preparación y consumo en las que co-actúan diferentes actores humanos y no humanos. Finalmente, se “mapeará” la arancina, creando una cartografía de la receta que represente el complejo *entanglement* en el que se hibridan gestos, materiales, objetos y significados. El campo de investigación etnográfico del artículo será una empresa palermitana productora de arancina, donde se investigará tanto la receta en sí como los mecanismos de comunicación.

Palabras clave: objetos de valor, recetas, programa de acción cartografía, actores humanos y no-humanos.

ABSTRACT

The following study focuses on the semiotic and spatial analysis of the process of making *arancina palermitana*. It will highlight that recipes are complex programmes of action that organise spaces and produce objects of value and will recount the process of recipe making using a methodology of socio-semiotic and architectural analysis. Furthermore, the individual phases of preparation and consumption in which different human and non-human actors co-act will be presented. Finally, the *arancina* will be “mapped”, creating a cartography of the recipe that represents the complex entanglement in which gestures, materials, objects and meanings are hybridised. The ethnographic research field of the article will be a Palermo-based company producing *arancina*, where both the recipe itself and the mechanisms of communication will be investigated.

Keywords: objects of value, recipes, program of action, mapping, human and non-human actors.

Gianluca Burgio profesor de Proyectos Arquitectónicos en la Facultad de Ingeniería y Arquitectura de la Universidad “Kore” de Enna, también ha impartido clases en la Universitat Politècnica de Catalunya en Barcelona. Interpreta el ambiente como redes de actores humanos y no humanos cuyas relaciones dan forma al espacio. Fue invitado a participar con una instalación y un vídeo en la 17ª Bienal de Arquitectura de Venecia 2021 – Pabellón de Italia. Es fundador del colectivo *Living Sphere*. gianluca.burgio@unikore.it

Maria Giulia Franco semióloga y doctoranda en el Departamento de Culturas y Sociedad de la Universidad de Palermo, se ocupa de la reconsideración urbana de los espacios tras los efectos de la pandemia. Periodista independiente, colabora con diarios y algunos sitios de información en línea. Autora del libro “Centralidad en los márgenes”, también ha escrito para la revista científica E/C. También ha escrito para el programa de investigación “Actuar en la “emergencia” promovido por l’ Real Academia de España en Roma y para el Congreso Internacional de Ciudad y Territorio Virtual organizado por el Departamento de Artes y Diseño de la Universidad de Bogotá. También participó como ponente en la conferencia de la AISS con un análisis sobre la materialidad urbana. marigiuliafranco96@gmail.com

Deborah Giunta arquitecto y doctoranda en la Facultad de Ingeniería y Arquitectura de la Universidad de Enna “Kore”. Es miembro fundador del colectivo de arquitectura *Living Sphere*. Trabaja en el análisis, cartografía y diseño del entorno construido utilizando métodos no convencionales e innovadores de representación y diseño. Es coautora del libro “Introducing Living Sphere, an Open Manifesto on Different Ways of Thinking Architecture”, publicado en 2020. Fue invitada junto con Gianluca Burgio y el colectivo Living Sphere a participar en la 17ª Bienal de Arquitectura de Venecia 2021. deborahgiuntastudio@gmail.com

FECHA DE PRESENTACIÓN: 20/06/2023 FECHA DE APROBACIÓN: 18/07/2023

1. La *arancina*: un símbolo de identidad

Comida callejera, *flagship* de la identidad de toda una región, síntesis culinaria de un complejo conjunto gastronómico, la *arancina*¹ es una de las recetas más antiguas de la gastronomía regional que se remonta a la Alta Edad Media y, por tanto, entre las más representativas de la identidad étnica de la cocina siciliana (Ventura, 2020, p. 287). Su popularidad la convierte en una de las recetas² más sujetas a mezclas y reinterpretaciones locales o regionales por parte de las distintas realidades gastronómicas que operan tanto en el paisaje palermitano como en el siciliano.

Aunque existen diversas revisitaciones que tienden a personalizarla, la identidad y la reconocibilidad simbólica – y no sólo – de la *arancina* se han mantenido. De hecho, no han cambiado ni las operaciones específicas para su preparación, respetando una clara secuencia temporal, ni tampoco los ingredientes principales y aquellos utensilios de cocina que son cruciales para su creación. El conjunto de procedimientos, materiales, espacios involucrados y utensilios hacen de la arancina un objeto de valor.

Este texto concreto, en nuestra opinión, también puede leerse como un objeto de diseño que se presenta, en su versión acabada y lista para comer, como un artefacto bien acabado, aunque con una superficie rugosa, ergonómicamente bien equilibrado, con un aroma intenso y cálido al tacto. La *arancina*, si se elabora con esmero, parece una esfera casi perfecta que atrae precisamente por su forma y color, que son tranquilizadores: las irregularidades, los colores apagados o demasiado oscuros tienden a alejar al posible consumidor porque despiertan las inseguridades instintivas del ser humano³. Además, la *arancina* cabe perfectamente en una mano – incluso en la de un niño – lo que permite que todo el mundo pueda comerla sin más mediación: no son necesarios ni platos ni cubiertos para consumirla; al contrario, la *arancina* restablece la posibilidad de que el alimento se experimente sensorialmente primero con los dedos de una mano, que evalúan su temperatura, lo crujiente y la rugosidad de la superficie, y después con la boca, que saborea sus demás características.

El “plato”, antes de ser evaluado por nuestro sentido del gusto, se juzga a través de la sutil sensación que provoca en nuestros receptores visuales y táctiles: la sutil sensación del brillo de las micropartículas de aceite que aún calientes perduran sobre las crujientes migas del empanado; el calor que calienta las yemas de nuestros dedos y la fugaz sensación del roce entre nuestros dedos y la rugosidad del pan rallado, vuelto crujiente por el proceso de deshidratación de la superficie, gracias a las altas temperaturas del aceite, en el que la arancina ha flotado plácidamente durante unos 4 o 5 minutos.

1.1. Reescribiendo la arancina: el carácter tradicional de la receta

La *arancina* (fig. 1) tiene tres capas: una exterior – el llamado empanado – formada por dos componentes: una parte pegajosa (huevos o una masa líquida de agua y harina) y pan rallado, que durante la fritura se unen indisolublemente y se adhieren a la superficie del arroz. Este último constituye la segunda capa, la transición entre la parte crujiente y arrugada y el corazón que, al tratarse de una *arancina alla carne*, consiste en un ragú de carne y guisantes; de este ragú se elabora en una versión más compacta y menos líquida, para que no se extienda demasiado entre los espacios de los granos de arroz. La *arancina* palermitana, en su receta más popular, tiende a separar claramente tres sensaciones y tres tipos de sabores: el del pan rallado frito, el del arroz y el del condimento interno.

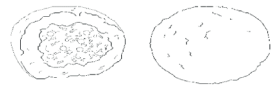


FIGURA 1. Sección de la arancina

La composición de una *arancina* es el resultado de una serie de preparaciones que contribuyen a la construcción del producto acabado. Cada preparación es, de hecho, una receta en sí misma: lo que cuenta aquí es el algoritmo combinatorio; de hecho, siguiendo un orden preciso en la combinación de estas preparaciones (la receta) se obtiene el resultado final que, en nuestro caso, es precisamente la *arancina* palermitana *al ragù di carne*.

La preparación de este plato – como, por supuesto, la de muchos otros – es una operación de bricolaje en el sentido de que “l’objet construit ne sort pas du néant: il est fait de parties d’autres objets éventuellement détruits ou démontés pour ce faire. La fabrication ne va pas sans destruction, ou au moins sans négation de la valeur de l’objet initial (dans le cas où il n’y en aurait qu’un seul), au profit de celle de l’objet final” (Bastide, 1987, p. 7).

La receta es un complejo de instrucciones: se trata de una serie de programas de acción cuya combinación, superposición y ejecución genera el plato⁴: la preparación de la salsa de carne, la elaboración del caldo, la cocción del arroz, y así sucesivamente, hasta la fritura final.

Subyacen a la preparación un programa narrativo básico (hacer la *arancina*) y unos PN de uso dados por secuencias de fases y transformaciones que se suceden a través de la participación de determinados actores humanos y no humanos (los utensilios de cocina), que actúan para producir un objeto modal concreto, y se convierten en una parte fundamental de todo el proceso. De hecho, pueden reconocerse como simples ayudantes tecnológicos o como verdaderos protagonistas de la producción del plato; como en el caso de la freidora utilizada durante la fase de fritura (PN de uso), durante la cual el *objeto de valor* (véase Greimas, 1985) pasará de crudo a cocido.

Por otra parte, cada uno de estos pasos intermedios, objeto de composición por parte del *bricoleur*, presupone un tratamiento más o menos complejo de la materia que transforma los ingredientes en función de una finalidad precisa. Cada una de estas preparaciones implica una práctica que transforma “la materia secondo la scala completa delle sue consistenze, con operazioni molteplici quali l’intenerimento, l’ispessimento, la fluidificazione, la granulazione, la lubrificazione, che producono quanto viene chiamato in gastronomia il glassato, il legato, il vellutato, il cremoso, il croccante, ecc.” (Barthes, 1985, pp. 210-211).

1.2. Objetos, acciones, dispositivos

Detengámonos un momento en los verbos que describen las acciones que intervienen en la elaboración de este plato: picar, saltar, guisar, hervir, mezclar, escurrir, enfriar, formar, rellenar, remover, sumergir, empanar y, por último, freír. Entre una acción y la siguiente, a menudo hay gestos intermedios, o preliminares, que incluso los recetarios más precisos suelen excluir porque se consideran implícitos y estrechamente relacionados con la acción principal: picar una cebolla, por ejemplo, implica la acción de limpiar la propia cebolla y luego deshacerse de los restos que no se pueden utilizar. Otros datos – no siempre explícitos – están relacionados con la duración de la acción; a menudo no se refieren a un tiempo cronométrico, sino a los efectos que pueden “leerse” en la materia: las expresiones “hasta que la cebolla esté transparente”, o “hasta que el *soffritto* esté dorado”, etc., son todas expresiones que miden el tiempo en relación con las transformaciones que experimenta la materia a través de su manipulación.

BASE ARROZ		RAGU'		REBOZADO	Fritura
INGREDIENTES	HERRAMIENTAS	INGREDIENTES	HERRAMIENTAS	INGREDIENTES	INGREDIENTES
ARROZ	CUCHARON	ZANAHORIAS	CUCHILLO	PAN RALLADO	ACEITE DE SEMILLAS
CALDO	CUCHILLO	GUISANTES	CUCHARA	MIRIÑA	
AZUFRE	CUCHARA	CEBOLLAS	BANDEJA	AGUA	
SAL	ESPÁTULA DE PLÁSTICO	AJO	TABLA DE CORTAR	SAL	
PIMIENTA	CALDERO	LÁBRIL	OLLA	HERRAMIENTAS	HERRAMIENTAS
PIMIENTÓN	BÁSCULA	ACEITE	FOGONES	BATIDOR	BANDEJA
MANTEQUILLA	ESPÁTULA DE MADERA	CARNE PICADA	FOGONES	ESPUMADERA	ESPUMADERA
	FOGONES	VINO	FOGONES	BANDEJA	FREIDORA
		Salsa de TOMATE	FOGONES		
		PIMIENTA	FOGONES		
		SAL	FOGONES		

FIGURA 2. Los elementos que construyen la receta

Cada gesto que tiende a transformar los materiales de la receta es realizado y “posibilitado” por uno o varios utensilios, entre los que también debemos incluir las manos que, solas o moviendo adecuadamente una o varias herramientas, forman ese dispositivo (híbrido) que altera, manipula y transforma los ingredientes (fig. 2); y cada objeto técnico, desde el más simple al más complejo, posee su propio *script* (Akrich y Latour, 2006) que define la gama de acciones posibles inscritas en él.

Aquí mostramos los objetos técnicos y los ingredientes necesarios para preparar la salsa de carne que constituye el corazón de la arancina. Las cosas que participan a la acción son delegadas humanas para realizar actividades que, de otro modo, podríamos llevar a cabo por nosotros mismos, bien con dificultad, o bien con gran impericia. Esto tendría efectos inmediatos en la realización de programas de acción que se verían alterados o impedidos. Por otra parte, es evidente para todos que el uso de objetos inadecuados, o su ausencia, constituirían los antiprogramas perfectos que se interpondrían en el camino del producto final.

2. Recetas de calle

La arancina se sitúa dentro de una semiofera gastronómica particular (Lotman, 1985), el *street food*, que remite a la creación de espacios y tiempos específicos de consumo. La experiencia multisensorial que genera este particular género culinario establece una proxémica en la que el espacio urbano y el espacio gastronómico se hibridan, estableciendo una relación complementaria. El espacio que ofrece la ciudad se convierte no sólo en el lugar donde se consume el plato, sino en el lugar donde se prepara la arancina (fig. 3). Como veremos con el caso de *Sfrigola*, el mundo gastronómico de la arancina se expande hacia el exterior, contribuyendo a la construcción de recorridos urbanos particulares, definidos por etapas intermedias o paradas improvisadas por un usuario que de transeúnte se convierte en consumidor.

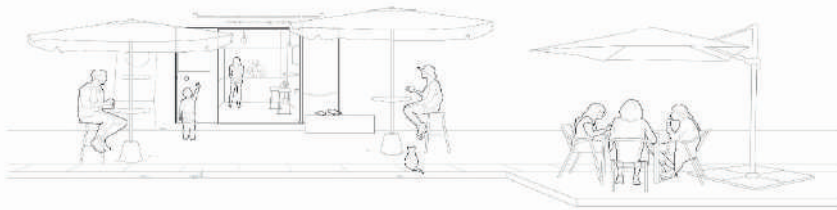


FIGURA 3. El espacio urbano diseñado por la arancina

En un conocido artículo, Claude Fischler retomó un concepto etológico y lo aplicó a las actuales condiciones nutricionales del medio urbano, argumentando que los hábitos de los ciudadanos contemporáneos se encaminan hacia un *vagabond feeding* (Fischler, 1979, pp. 204-205), es decir, hacia una especie de dieta nómada como en el caso, por ejemplo, de los babuinos. Observando el comportamiento metropolitano, el sociólogo francés constató esta tendencia urbana a comer sin seguir los ritmos y horarios habituales del desayuno, la comida y la cena. Por el contrario, las horas de comer están marcadas por la superposición de los horarios de trabajo, el ritmo frenético de la ciudad y las oportunidades que ofrece a los ciudadanos y a los posibles turistas. Incluso la geografía de las arancine se ha visto modificada por la tecnología digital: ha cambiado nuestra forma de construir la ruta que nos lleva hasta ellas, y también ha cambiado el sistema de transmisión de juicios y

prejuicios, ya que asesores gastronómicos, más o menos especializados, decretan a través de las redes sociales dónde degustar las mejores arancine y arancini, en Sicilia pero también fuera de las fronteras de la isla. La arancina se adapta a cada fase del día: puede constituir una comida, encajando en la continuidad de la escansión clásica de los momentos de consumo (desayuno, comida, cena); o bien, puede representar una *discontinuidad* (Marrone, 2016, p. 237) cuando rompe la secuencia y se convierte en una transgresión, transformándose en un *tempie* improvisado, consumido de pie o en movimiento.

2.1 Sfrigola, la innovación de un género gastronómico

Un caso ejemplar de una nueva forma de modulación de la arancina es el representado por *Sfrigola*⁵, una empresa que produce arancine y que constituye nuestro corpus de análisis. Entre las diferentes ubicaciones de *Sfrigola* en Palermo y fuera de ella, nos ocuparemos de la situada cerca del Palacio Real y a dos pasos de la Catedral: la ubicación es estratégica, ya que la tienda intercepta un importante flujo de turistas, considerados entre los principales enunciatarios.

El objetivo de *Sfrigola* es el establecimiento y la difusión de un producto culinario renovado y diferente de todos los demás, cuya tradición es superada por la innovación, convirtiéndose en un *brand*. De hecho, *Sfrigola* propone una nueva experiencia multisensorial tanto en el momento del consumo como en la elaboración de una receta en nuevas combinaciones y ensamblajes, preparada *in situ* para el consumidor,

Siendo una modulación contemporánea de la arancina manteniéndose en el surco de la tradición, *Sfrigola* ha querido marcar la diferencia con ciertos rasgos de la comida callejera de Palermo, proponiendo una experiencia higiénicamente controlada, y realizada en un espacio de preparación aséptico y separado del dedicado al consumo.



FIGURA 4. La coreografía de la arancina en la tienda de *Sfrigola*

La disposición interna de la tienda, caracterizada por un mobiliario sencillo y esencial, sugiere un proceso de la experiencia gastronómica: el consumidor, de hecho, una vez dentro de la tienda (espacio *paratópico*) encontrará a su derecha un gran cartel donde podrá leer el menú con las diferentes propuestas de *arancine* (*arancine* fritas y al horno); una vez hecha la elección, a la izquierda podrá efectuar el pago; por último, durante el tiempo de espera, podrá observar a través de una barrera de cristal la preparación instantánea del plato, una *performance* culinaria, directa y expresa sólo para el consumidor. De hecho, la producción de la receta configura una coreografía espacial (fig.4). La tienda se convierte, por tanto, en un *teatro gastronómico*: “un complesso allestimento cui partecipano ingredienti, oggetti e preparazioni che pre-arrangiano relazioni, definendo frame interpretativi”, (Giannitrapani, 2021, p. 123). Para *Sfrigola*, el objetivo es el producto gastronómico de preparación exprés, instantánea y, sobre todo, individual, ya que cada *arancina* individual, con el relleno elegido por el consumidor, se cocinará en el momento, recreando un modelo de consumo personalizado. Un producto personalizado y recién hecho conlleva, obviamente, tiempos de espera más largos; pero en el caso de *Sfrigola*, la espera es casi deliberada: aunque se trate de *street food*, *Sfrigola* no es *fast (food)*. La estrategia de la empresa palermitana se aleja del universo de sentido gastronómico de la homologación, la velocidad y la automaticidad del consumo para abrazar, en cambio, otro género, el del *slow food*, fundador de una mitología y de formas particulares de vida

3. De la tienda al árbol: la *agency* espacial de la *arancina*

La *arancina* es una receta de calle (Burgio y Fuertes, 2020) y como tal su espacio no se limita al lugar donde se vende: al ser un alimento callejero por excelencia, su producción, venta y, sobre todo, consumo, organizan a menudo una porción de espacio urbano que se transforma en un comedor al aire libre. En el caso analizado, es interesante observar cómo la acera de la tienda se ha transformado, mediante la introducción de determinados elementos, de forma que pueda acoger a los “comensales” – a menudo sin mesa – que han acudido a comer la *arancina*; de hecho, pequeños tableros o mesas reales amueblan la acera durante el horario de apertura de la tienda y organizan de 10.00 a 15.00 y de 18.00 a 22.00 horas una *salle à manger* desmontable. No es infrecuente, sin embargo, que los clientes consuman el *plato* de pie, respetando cierta tradición palermitana, pero también como demostración del *script* de la propia *arancina*: como ya se ha dicho, este plato puede degustarse sin ningún tipo de apoyo y sin herramientas. Su manejabilidad y facilidad de consumo⁶ lo convierten en un alimento especialmente adecuado a las exigencias de la ajetreada vida actual (Ascher, 2005).

La experiencia en los alrededores de *Sfrigola* está bien estructurada, aunque espacialmente se realiza con pocos elementos: los asientos limitados, las sombrillas y otros objetos de apoyo al *consumo* de la *arancina* invitan a una *estanzialización* de la experiencia gastronómica, dividida entre la espera y el consumo. Esta última tendrá lugar casi exclusivamente en el exterior, en este *dehors* “casi improvisado” que transforma el espacio

público y abierto de la acera y la calle en un espacio gastronómico semi-privado (o, dicho de otra manera, *paradoméstico*). Uno de los fenómenos más interesantes – desde el punto de vista arquitectónico y urbano – sea la *agency* espacial de la *arancina* sobre su entorno inmediato.

En efecto, el consumidor – ciudadano de paso o turista – una vez adquirido su objeto de valor, quiere comérselo, incluso lo más rápidamente posible: la *arancina* “obliga” a reformular el espacio que le rodea, y a encontrar todas las estrategias posibles para poder comer. El espacio público, plegado a las necesidades instantáneas del consumidor, se convierte en su comedor efímero (Burgio, 2017). En el caso de *Sfrigola*, los consumidores no se dejan desanimar por la escasez de medios que ofrece la propia tienda, y prescindiendo del uso de las escasas mesas – quizás ya ocupadas – construyen su espacio “doméstico” bajo el árbol situado frente a la tienda, que ofrece una agradable sombra gracias a sus hojas, y un cómodo asiento gracias a sus poderosas raíces (fig. 5), y aunque no haya mesas (Burgio, 2021; Gopnik, 2011).

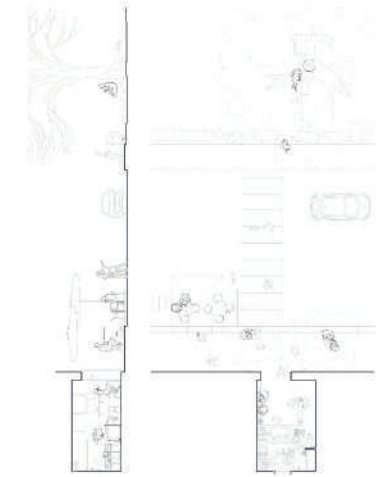


FIGURA 5. La *agency* espacial de la *arancina*: la receta diseña el entorno urbano.

3.1. Estrategias y lógica gastronómica de una experiencia multisensorial

“Experiencia gustativa en un solo bocado”, con este eslogan publicitario *Sfrigola* estipula un especial pacto de confianza con el consumidor, basado en la aceptación de una renovada forma de restauración y una nueva experiencia de consumo. Se trata de una experiencia hibridada en la que la *arancina* palermitana se ennoblece en este caso tanto por el espacio en el que puede degustarse como por el refinamiento y la innovación de las recetas propuestas. Para ello, la estrategia de venta utiliza su propia tipicidad y popularidad para difundir un producto global, que se ha internacionalizado a través del sistema de venta online, incluso fuera de Italia.

Durante la experiencia propuesta por *Sfrigola*, el sujeto activa sentidos específicos como el gusto, único sentido exaltado por el eslogan, mientras minimiza otros. Al desaparecer el paisaje visual y olfativo típico de la comida callejera, se experimenta una encrucijada sinestésica y polisensorial diferente; de hecho, el primer sentido puesto en escena no es el olfato – el primero que interviene durante el consumo

callejero – sino la vista y, tras la espera de la preparación, el gusto. El olor típico de la fritura consumida en la calle o en el mercado (Battistini, Mondino y Puca, 2020), se atenuará a medida que la separación de la cocina abierta con la barrera de cristal (Hammad, 2003) actúe no sólo en la espectacularización de la receta, activando la vista del sujeto sinestésico, sino también en el aislamiento del olor de la fritura. Así, el consumidor, una vez convertido en observador participante, adquirirá una competencia particular que se relaciona con *poder ver* y *poder conocer* cada paso de la elaboración del objeto de valor, a costa de no poder oír y no poder tocar. De hecho, la barrera representa un umbral físico (Giannitrapani, 2013) que, al separar el espacio, actúa confiando al usuario una competencia cognitiva, estética y pragmática particular.

El consumidor, aunque de forma mediada, al observar la combinación y dosificación de cada ingrediente y utensilio utilizado por el cocinero en cada fase de la preparación, es testigo en tiempo real de la realización de la receta y de la exclusión de anti-sujetos específicos – como, por ejemplo, el exceso de aceite – lo que hace que el consumo sea más seguro, más higiénico y, en definitiva, también más concienciado. La consecuencia de estos procedimientos es la implicación de otra esfera alimentaria, la dietética y saludable, en la que se insertan una serie de rasgos característicos como la digestibilidad; de hecho *Sfrigola* propone una *arancina* renovada, más digerible y producida con ingredientes seleccionados.

La elección distintiva de la pared de cristal tiende a no ocultar nada, a diferencia de otros establecimientos del mismo tipo de Palermo: al contrario, *Sfrigola* pretende desvelar y hacer alarde de un entorno de preparación aséptico y perfectamente ordenado, de modo que el consumidor no tenga que vislumbrar desde lejos el proceso de producción, sino que se convierta en protagonista, aumentando aún más, desde un punto de vista pasional, las expectativas sobre el resultado final.

El pacto comunicativo estipulado en origen se ve aún más reforzado, ya que el *poder ver* fortalece el vínculo de confianza del enunciador con la oferta del enunciatario, cuyo objetivo es la construcción de un *brand* gastronómico pero también urbano, reconocible y distinguible entre todos los demás lugares públicos de moda que a estas alturas han hecho de la *arancina* gourmet un producto estereotipado.

3.2. *Ke palle!* Realidades gastronómicas comparadas

Es pertinente y eficaz comparar la realidad gastronómica analizada con otro texto de análisis, para dar cuenta de un fenómeno gastronómico más amplio, reconocido como actor en la construcción de la simbolicidad y del ámbito de valor de la *arancina*. El análisis ha buscado identificar las principales estrategias enunciativas adoptadas por los dos actores gastronómicos, que convocan, con lógicas espaciales y otras específicas temáticas, valores y estilos de consumo puestos en juego por ellos.

Se ha seleccionado la realidad gastronómica palermitana *Ke palle!*, precursora del género de comida callejera de *arancine* gourmet. Situada estratégicamente en una de las calles más concurridas de la movida palermitana, Via Maqueda, la tienda ofrece otra versión de la experiencia, tanto desde el punto de vista de la oferta gastronómica propuesta, como respecto a la articulación del espacio de venta, del que se desprenden diferentes rasgos significativos.

Así, se puede ver cómo la articulación del espacio de venta de *Ke palle!* exalta en todas sus formas, una *arancina* perfecta en todos sus componentes y sobre todo ya lista. De hecho, a diferencia del primer caso, el proceso de preparación se omite por completo, realzando y mostrando en cambio el producto ya cocinado, expuesto tanto en el mostrador transparente interior para el consumo como en el escaparate de cristal exterior.

Ambos casos de análisis, aunque siguiendo lógicas diferentes, hacen de la barrera de cristal un rasgo caracterizador de su discurso gastronómico. De hecho, *Ke palle!* delega en el objeto una función particular que, como escaparate, tiene el objetivo de atraer a un cliente potencial. El escaparate colocado en el exterior (fig. 6) muestra, en cuanto delegado no humano, cada tipo de *arancina* con etiquetas expositivas escritas estrictamente en siciliano.

Tal exhibición despoja al objeto gastronómico de cualquier característica perceptible, en la medida en que se convierte en una mercancía puramente artificial por la propia forma, un objeto de compra reconocido por su estética y situado ya no en la esfera cultural del gusto, sino de la belleza, con respecto a un cierto grado de deseabilidad.

Queda claro así que el escaparate, imponiéndose a la vista del transeúnte, constituye un instrumento de seducción que actuará haciendo de la tienda no sólo un destino del itinerario y el final de la acción de un cliente potencial, sino también un destino casual, determinando una transformación de su propio papel temático de transeúnte en consumidor. Al cruzar el umbral de la entrada, en contraste con la sobriedad y sencillez de *Sfrigola*, emerge cómo *Ke palle!* declara y revela a través de múltiples referencias y recurrencias su propia identidad y su vínculo constitutivo con la cocina siciliana.

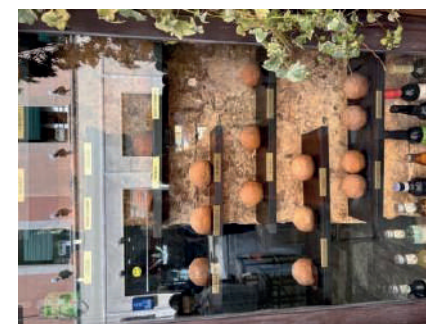


FIGURA 6. El escaparate de Ke palle!

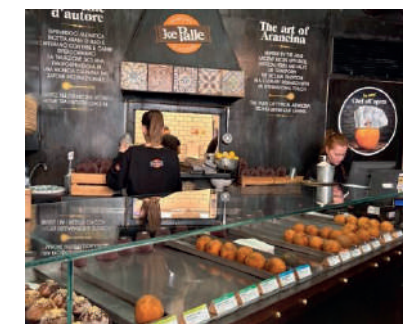


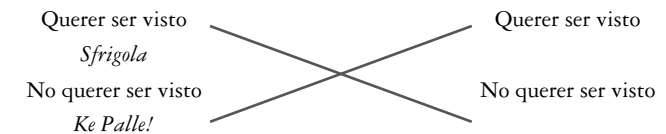
FIGURA 7. El mostrador de Ke palle!

Lo que surge inmediatamente es la exaltación de la rima cromática entre el espacio de venta y el logotipo de la empresa: el entorno se pone así totalmente al servicio de la exaltación del logotipo, omitiendo la cocina abierta y sustituyéndola por el mostrador de ventas. De hecho, la cocina se desarrolla en profundidad más allá del mostrador; se trata de un espacio semioculto, desde donde se supone que tendrá lugar la *performance* gastronómica; las *arancine* ya preparadas sale como mágicamente de la única abertura de la ventana que permite vislumbrar a los cocineros trabajando (fig. 7). La preparación, esta vez, no se personalizará en función del consumidor, sino que tendrá lugar en serie, actuando con respecto a una prioridad de producción cuantitativa que garantice una variedad de sabores listos disponibles de inmediato. Esto, por tanto, parece acercarse más al modo y al género del *fast food*, en la medida en que el consumidor, una vez efectuado el pago (espacio *paratópico*), podrá degustar la *arancina* inmediatamente, anulando cualquier tiempo de espera, haciendo que la experiencia sea instantánea. Por lo tanto, la estrategia adoptada actuará reforzando las expectativas y el grado de credibilidad del consumidor, esta vez no durante la fase de espectacularización de la preparación, que se omite totalmente, sino durante la fase de exposición del producto acabado.

A medida que afloran las principales diferencias, surgen una serie de oposiciones temáticas que articulan la identidad de los dos casos analizados:

Sfrigola	Ke palle!
<i>Procesualidad</i>	<i>Terminatividad</i>
Producción personalizada	Producción en serie
Globalidad	Localidad
Sobriedad (sustracción)	Redundancia (adición)
Exaltación de la preparación	Exaltación del producto
<i>Slow</i>	<i>Fast</i>

Investigando el aspecto sensorial implicado en la experiencia gastronómica, el sentido de la vista sólo será pertinente en la fase inicial de manipulación que tendrá lugar antes de cruzar el umbral y la elección de la *arancina* una vez dentro; la articulación interna descrita, de hecho, sólo permitirá al consumidor ver a través del hueco en el centro de la pared que, como límite, escanea y diferencia el espacio de preparación del espacio de fruición, desde el cual el consumidor no podrá ver el espacio de preparación, aunque con dificultad. Así, en detrimento de la vista, tras la fase de elección, los únicos sentidos que predominarán serán el tacto, el gusto y, en cierta medida, el olfato. Resumiendo las diferencias en los juegos de visibilidad que han surgido con respecto a la categoría semántica de querer ser visto, se articula el siguiente esquema, que sitúa las dos premisas en una relación complementaria (Landowski, 1989):



De lo que se desprende del análisis semiótico, *Sfrigola* declara un *querer ser visto* a través del uso de la cocina abierta, convertida en un medio estratégico para reforzar las expectativas del consumidor y aumentar la deseabilidad, imponiéndose al espectador; por el contrario *Ke palle!*, a través del uso del hueco deja elegir al consumidor, permitiéndole espiar y observar parcialmente, traduciéndose así en términos modales como *no querer ser visto*.

En conclusión, la idea principal que guía este trabajo es que un objeto gastronómico puede verse como protagonista de una compleja red relacional, en la que convergen redes urbanas, cocinas, recetas, colectivos humanos y no humanos que, juntos, organizan ecologías urbanas. La *arancina* posee, como hemos visto, el poder de actuar o de hacer actuar (Latour, 2015, p. 139) y, por tanto, puede definirse como un actante dotado de agency.

Los actantes no pueden identificarse ni con los efectos a los que están sometidos ni con los efectos que causan, sino que cada actante, en los efectos que produce, está atrapado en un “vórtice” de *agencies* que deben reconstruirse de la forma más compleja posible. Parece claro que no se trata de “hacer hablar” a las cosas, sino de representar su poder de actuación dentro de colectivos involucrados. En este sentido, la necesidad de mapear, de cartografiar, de representar de otra manera, son un intento de superar formas de reduccionismo aplicadas a la arquitectura y a la semiótica.

Notas

1. Consideramos necesario aclarar algunas cuestiones fundamentales relativas al planteamiento general de nuestro estudio. En primer lugar, hemos optado por centrar nuestra atención en la versión palermitana de la *arancina*. Más allá de la cuestión del género, que opone *arancina* (tal como se define principalmente en la Sicilia occidental) y *arancino* (tal como se define, en cambio, en la parte oriental de la isla y especialmente en Catania), la declinación palermitana, aunque similar a la versión catanesa, implica elecciones de diseño diversas y, obviamente, estrategias de producción bastante diferentes que conducen a la elaboración de dos objetos gastronómicos muy parecidos – tanto que a menudo se confunden – pero no iguales. La otra cuestión no desdeñable se refiere al relleno de la *arancina*: al igual que la pizza, de hecho, en cuya superficie se pueden colocar los ingredientes más diversos, la *arancina* es especialmente acogedora y se presta a recibir en su interior una amplia gama de rellenos posibles. Para no dispersar nuestra investigación en mil riachuelos, hemos decidido analizar la *arancina* con uno de los rellenos más clásicos, el de salsa de carne y guisantes (*alla carne*). Éste constituye, junto con el llamado relleno de mantequilla (*al burro*), el que siempre se puede encontrar en cualquier tienda que venda *arancine*.

2. Alrededor del tema de la receta véase: Greimas, 1983; Marrone, 2016; Marrone, Giannitrapani, 2012.
3. El ser humano ha desarrollado, desde un punto de vista evolutivo, una tendencia a desconfiar de los alimentos que podrían ser potencialmente tóxicos. Esta reacción instintiva sigue estando muy presente entre los niños, que desconfían de las formas irregulares, como las de las verduras, y de los sabores ácidos y/o amargos. La esfericidad regular de la *arancina* y el sabor grasiento y salado de la superficie son, por el contrario, poderosos atrayentes tanto para los niños como para los adultos.
4. Una receta en el fondo es casi siempre una especie de matrioska de muchas otras recetas que están contenidas en el programa de acción más amplio. Marrone lo dice muy bien cuando nos recuerda que toda receta contiene "un germe di narrativa, poiché in essa si dà sempre un vero e proprio inscatolamento di programmi d'azione (detti "programmi narrativi" o PN), siano essi legati allo scopo.
5. El nombre de la empresa remite inmediatamente a la esfera multisensorial de la comida frita y al chisporroteo, típico del aceite hirviendo, que se produce al sumergir los alimentos en él.
6. Si se observa más de cerca, la *arancina* adopta una estrategia formal y estructural que invierte el diseño canónico de la mayoría de los platos de pasta italianos. En efecto, éstos se construyen a menudo en capas: en la base, la pasta (más o menos condimentada); la salsa propiamente dicha y, aún más arriba, si se ha previsto, algo de queso o un ingrediente que dé crujiente al plato (almendras, pistachos, nueces, pan rallado tostado, etc.). La estratigrafía *anisótropa* de la pasta queda completamente rediseñada por la *arancina*; las tres esferas concéntricas que la componen (pan rallado, arroz, relleno) simplifican enormemente su consumo. Las pastas (o incluso los *risotti*) se componen de elementos discretos y, en general, bastante incoherentes entre sí; por este motivo, en el acto de comer el plato deben intervenir un recipiente y los cubiertos. En cambio, el diseño de la *arancina* prevé que el recipiente y el plato coincidan; además, su aspecto transmite claramente su *affordance*: la *arancina* se sostiene en las manos y se muerde sin más mediaciones ni dispositivos. Es posible imaginar la *arancina* como la traducción, en términos de diseño, de un primer plato que se envuelve sobre sí mismo, y que reescribe las relaciones con los colectivos con los que se construye.

Referencias bibliográficas

- AKRICH M. Y LATOUR B.** (2006). Vocabolario di semiotica dei concatenamenti di umani e non-umani. En A. Mattozzi (Ed.), *Il senso degli oggetti tecnici* (pp. 407-414). Meltemi.
- ASCHER, F.** (2005). *Le mangeur hypermoderne. Une figure de l'individu éclectique*. Odile Jacob.
- BARTHES, R.** (1985). *L'ovvio e l'ottuso. Saggi critici III*. Einaudi. (Trabajo original publicado en 1982)
- BASTIDE, F.** (1987). Le traitement de la matière, opérations élémentaires. *Actes Sémiotiques-Documents*, 89, 7-27.
- BATTISTINI, E., MONDINO M. Y PUCA D.** (2020). Forme del fritto: alcune esperienze di consumo. En A. Giannitrapani y D. Puca (Eds.), *Forme della cucina siciliana. Esercizi di semiotica del gusto*. Meltemi editore.
- BURGIO, G.** (2017). The public side of the food. *PhD Kore Review*, 7, 23-33.
- (2021). A tavola. Apparizioni, sparizioni e metamorfosi di un oggetto di uso quotidiano. Giannitrapani, A. (Ed.), *Foodscares: cibo in città*. Mimesis Edizioni.
- BURGIO G. Y FUERTES P.** (2020). Food Takes Command. Recetas de calle. Habitar Grup de Recerca (Eds.), *Barcelona come. La comida y el espacio público urbano* (pp. 194-209). Fundació 'La Caixa'.
- FISCHLER, C.** (1979). Gastro-nomie et gastro-anomie. *Communications*, 31, 189-210.
- GIANNITRAPANI A.** (2013). *Introduzione alla semiotica dello spazio*. Carocci.
- (Ed.). (2021). *Foodscares: cibo in città*. Mimesis Edizioni.
- GREIMAS, A. J.** (1991). *Maupassant. Esercizi di semiotica del testo*. Centro Scientifico Editore. (Trabajo original publicado en 1983)

- (1985). La zuppa al pesto o la costruzione di un oggetto di valore. En *Del senso 2. Narrativa, modalità, passioni* (pp. 151-163). Bompiani.
- GOPNIK, A.** (2011). *The Table Comes First. Family, France, and the Meaning of Food*. Quercus.
- FISCHLER, C.** (1979). Gastro-nomie et gastro-anomie. *Communications*, 31, 189-210.
- HAMMAD, M.** (2003). *Leggere lo spazio, comprendere l'architettura*. Meltemi.
- LANDOWSKI, E.** (1989). *La société réfléchie*. Seuil
- LATOUR, B.** (2020). *La sfida di Gaia. Il nuovo regime climatico*. Mimesis. (Trabajo original publicado en 2015)
- LOTMAN, J. M.** (1985). *La semiosfera: l'asimmetria e il dialogo delle strutture pensanti*. Marsilio.
- MARRONE, G.** (2014). *Gastromania*. Bompiani.
- (2016). *Semiotica del gusto. Linguaggi della cucina, del cibo, della tavola*. Mimesis Edizioni.
- (2022). *Gustoso e saporito. Introduzione al discorso gastronomico*. Bompiani.
- MARRONE, G. Y GIANNITRAPANI A.** (Eds.). (2012). *La cucina del senso. Gusto, significazione, testualità*. Mimesis Edizioni.
- (2013). *Mangiare. Istruzioni per l'uso. E/C*, 14.
- VENTURA, I.** (2020). Rosticceria: ibridazioni gustative e logiche identitarie. En A. Giannitrapani y D. PUCA (Eds.), *Forme della cucina siciliana. Esercizi di semiotica del gusto* (pp. 287-319). Meltemi editore.

Etnografías alimentarias en tiempos del Coronavirus / Food Ethnography in Times of Coronavirus

Laura Bergel ORCID 0000-0002-4293-9855

Diego Díaz Córdova ORCID 0000-0002-1524-3529

Patricia Aguirre ORCID 0000-0002-0416-047X

RESUMEN

El ritmo de la vida actual deja sin espacio a la cocina hogareña. La Industria Alimentaria diseña productos que reducen el tiempo de elaboración, pero con impactos negativos en la salud. En el año 2020 la pandemia de COVID-19 obligó a las personas a recluirse en los hogares. ¿Qué pasa con la cocina y con la alimentación en situación de aislamiento? Esto fue lo que les preguntamos a estudiantes de la Universidad Nacional de Lanús (UNLa) (Buenos Aires, Argentina). Las narrativas obtenidas fueron procesadas usando análisis discursivo, donde pudimos identificar algunas particularidades de las prácticas alimentarias. Se destacan el incremento de la actividad culinaria y una mayor participación de los integrantes de las familias, aumentando así las comidas caseras en detrimento de productos industrializados. Estas nuevas prácticas también incluyeron cambios en las estrategias de abastecimiento y una mayor organización. Además, la comensalidad familiar aparece como muy valorada entre los interlocutores.

Palabras claves: alimentación, pandemia, prácticas, antropología, discursos.

ABSTRACT

There is no space for home-cooking in current lifestyles. The Food Industry sells ready-to-eat products with unhealthy consequences. In the year 2020, the COVID-19 pandemic forced people to confine themselves to their homes. What happens to cooking and eating in isolation? This is what we asked students from the Universidad Nacional de Lanús (UNLa) (Buenos Aires, Argentina). The narratives obtained were processed using discursive analysis, where we were able to identify some particularities of food practices. We highlighted the increase in culinary activity and greater participation of family members, thus increasing the use of home-cooked meals to the detriment of industrialized products. These new practices also included changes in supply strategies and greater organization. In addition, family dining appears to be highly valued among the interlocutors.

Keywords: food, pandemic, behavior, anthropology, discourses.

Laura Bergel, doctora en Antropología por la Facultad de Ciencias Naturales y Museo de la Universidad Nacional de La Plata (FCNyM/UNLP). Se desempeña como investigadora adjunta en el Centro de Estudios en Nutrición y Desarrollo Infantil de la Comisión de Investigaciones Científicas de la Prov. de Buenos Aires (CEREN- CIC/ PBA) y como profesora adjunta del Departamento de Salud Comunitaria, Universidad Nacional de Lanús (DESACO-UNLa). Se dedica a analizar contextos socio-económicos y ambientales de la malnutrición junto a prácticas y representaciones alimentarias. Mail: laubergel@gmail.com.

Diego Díaz Córdova, doctor en Antropología por la Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional de Buenos Aires (FFyL/UBA). Es docente e investigador del Departamento de Salud Comunitaria, Universidad Nacional de Lanús (DESACO-UNLa) y de la Escuela de Nutrición, Facultad de Medicina, Universidad de Buenos Aires (FMED-UBA). “Food networks in migrant families: mixed methods to analyze the relationship of ingredients and food consumption strategies in Argentina” (2022); “La inestabilidad como rutina. La precarización de la vida cotidiana y su impacto en la alimentación en Buenos Aires, Argentina” (2021); “Cuando los vínculos construyen redes: breve reseña del Grupo Antropocaos” (2020). Mail: didibart@gmail.com.

Patricia Aguirre: Dra. en Antropología por la Universidad de Buenos Aires. Docente e Investigadora del Instituto de Salud Colectiva (ISCO) de la Universidad Nacional de Lanús. Ha sido 30 años profesional del Departamento de Nutrición en el Ministerio de Salud. Fue consultora de OMS (Organización Mundial de la Salud) y UNICEF (Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia). Representó al país en FAO (Oficina de Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura) y MERCOSUR. Ha publicado 40 artículos, 15 libros en colaboración y 4 propios. Mail: patriciaguirre2@gmail.com.

FECHA DE PRESENTACIÓN: 20/06/2023 FECHA DE APROBACIÓN: 08/08/2023

1. Introducción

La cotidianeidad de nuestras vidas se vio abruptamente interrumpida por la pandemia por COVID-19 a principios del año 2020. El gobierno argentino, al igual que otros, optó por la estrategia del confinamiento para intentar mitigar la ola de contagios. Es así que, en nuestro territorio, se dictaminó el Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio -ASPO- el cual consistió en la limitación de la circulación de personas por la vía pública, exceptuando a aquellos dedicados a las denominadas “actividades esenciales” (provisión de servicios de salud, transporte, comunicación, seguridad, alimentación).

Esto condujo a que, la mayoría de las personas, debieron reorganizar sus vidas, las cuales pasarían a transcurrir enteramente dentro de cada hogar. Si bien estaba permitido salir para abastecerse de alimentos y remedios, estas salidas debían ser las mínimas indispensables y tenían que ser realizadas por una sola persona del núcleo familiar. Luego de realizar las compras, además, se recomendaba sanitizar cuidadosamente cada producto ni bien se ingresara nuevamente a la casa, sistematizando la actividad en pasos que terminaban convirtiéndose en verdaderos rituales higiénicos.

En términos generales, los tiempos modernos suelen implicar muchas horas de actividad exo-hogareña, ya sea por largas jornadas laborales o por estudio, o por ambas. Esta situación fue aprovechada por la industria alimentaria que, desde hace un siglo, provee alimentos pre-preparados. Estos reducen significativamente el tiempo dedicado a la cocina y son relativamente baratos, pero de dudosa salubridad en el largo plazo por la cantidad de sal, azúcar, grasas, colorantes, saborizantes, aditivos y conservantes incorporados. Son “buenos para vender”, por la masividad de su consumo que genera enormes ganancias a las empresas alimenticias- y “malos para comer” por su impacto en las enfermedades crónicas no transmisibles. (Aguirre, 2010a; Harris, 1985).

Como expresa Mintz (1996, p. 257),

la experiencia del tiempo en la sociedad moderna suele ser de una escasez irresoluble, y esta percepción puede resultar esencial para el eficiente funcionamiento de un sistema económico basado en el principio de un consumo siempre en expansión.

Además, estos productos “listos para consumir” suelen tratarse de alimentos “vacíos de nutrientes”, es decir, de baja o nula calidad nutritiva, frecuentemente señalados como los principales causantes de la pandemia de obesidad (Patel, 2008; Aguirre, 2010b; Bergel Sanchís et al., 2017).

Por otro lado, las *gastro-nomías*, esos sistemas normativos provenientes de la cultura que supieron definir el buen comer -qué, cómo, cuándo y con quién hacerlo- hoy se encuentran desestructurados, dejando al comensal en soledad -por primera vez en la historia de la humanidad- tanto en el momento de la elección de la comida como en el acto mismo del comer. A esto Fischler (2010) lo llamó, en contraposición, “*gastro-anomía*”: hoy el comensal se encuentra con múltiples discursos acerca del “buen comer”, y muchas veces contradictorios, al punto que nos encontramos solos al momento de las elecciones. Además, se suma que las “comidas rápidas” y el “snacking” o “picoteo” son los tipos de comidas y las formas de consumo más frecuentes, relegando la comensalidad familiar (por definición estructurada e identitaria) y reforzando el individualismo (desestructurado y gastroanómico), al menos para los sectores medios y altos.

Ahora bien, si de repente nos encontramos detenidos, confinados al espacio hogareño y con “exceso de tiempo”, ¿qué pasa con la cocina y con la alimentación? ¿Qué pasa con la organización de las comidas (frecuencia y formas de abastecimiento, frecuencia y formas

de consumo, tiempo dedicado a la cocina y a la mesa)? ¿Se mantienen las elecciones y hábitos pre-pandémicos o también se modifican? ¿Cómo afecta el aumento de precios y la disminución de los ingresos en la comida del hogar? ¿Qué pasa con la comensalidad, familiar y ampliada? ¿Hay mayor, menor o igual distribución de las tareas en torno a la alimentación? ¿Se modifican los valores -o su jerarquización- que dan sentido al consumo, por ejemplo, se relega la economía o el placer en función de la salud?

El objetivo del presente trabajo fue indagar en las percepciones, a partir de narrativas, sobre los cambios en las prácticas y los hábitos alimentarios de estudiantes de la carrera de Nutrición de la Universidad Nacional de Lanús (UNLa) durante el ASPO estricto, (marzo-agosto de 2020).

Diversos trabajos que han analizado los consumos de estudiantes de carreras afines a la salud, antes de la pandemia, no encontraron diferencias sustanciales respecto de otros consumidores (Sagués Casabal et al., 2009; Vázquez et al., 2010; Elorriaga et al., 2012; Vázquez et al., 2014), por lo que asumimos que esta condición, no representaría un sesgo en el presente análisis.

2. Contexto alimentario

La situación alimentaria de la Argentina de los últimos 30 años puede resumirse en el concepto de “inestabilidad”. En un trabajo reciente, analizamos estas últimas tres décadas, concentrándonos en cómo la norma fue la crisis permanente (Aguirre, 2021). Un dato que puede ilustrar lo afirmado es que la inflación promedio del precio de los alimentos de los últimos 100 años estuvo en torno al 105% anual (como todo promedio, muy influenciado por los extremos, que en este caso fueron el +3700 de 1989 y el -5,44 % de 1944) (Aguirre, 2017). Este es un buen indicador proxy de la situación por las que atraviesan las unidades domésticas en el país, ya que, esos 105% anuales promedios implicaron una pérdida de poder adquisitivo al tiempo que impactaron en la capacidad de previsión de los consumidores.

Así, la pandemia por COVID-19 que irrumpe a comienzos del año 2020, lo hace en un contexto de precarización motorizado por la gigantesca inflación del 2019 -mayor a 50%- que se sumó a una crisis económica generalizada, aumentando también los niveles de desocupación con cifras cercanas al 10% (INDEC, 2021). Ante la inflación -que ya forma parte de la vida cotidiana de los argentinos- la población desarrolló diversas estrategias que van desde operaciones financieras (comprar dólares, invertir en plazos fijos de corto plazo) hasta operaciones comerciales (buscar segundas marcas, recorrer almacenes y supermercados que ofrezcan ofertas y mejores precios, etc.) (Aguirre, 2007).

Sobre este escenario, las medidas tomadas para enfrentar la pandemia implicaron para un gran sector de la sociedad la ruptura súbita de ingresos, principalmente aquellas personas que trabajaban en la economía informal (alrededor del 40%). Pero también quienes poseían

negocios o vivían de la venta de bienes o servicios “no esenciales”, vieron mermados sus ingresos debido al paro casi completo de la economía. Si bien la inflación del 2020 mostró una desaceleración con respecto al año anterior (42.02% frente al 53.8% de 2019), su baja no estuvo a la altura del descenso que experimentaron los salarios y los ingresos (INDEC, 2021). Por lo tanto, si las dificultades para acceder a una alimentación adecuada son pre-pandémicas, con la irrupción del COVID-19 y las medidas sociosanitarias aplicadas, la situación se complicó aún más, especialmente en los sectores más vulnerables.

3. Metodología

A finales de 2019, y en el marco del proyecto acreditado Conicet-UNLa, titulado “El consumo de alimentos y su asociación con la salud: estrategias para la promoción de una alimentación y hábitos saludables” (PIO 22420160100004CO), se comenzaron a realizar entrevistas y observaciones a fin de registrar los momentos de consumo alimentario de personas que concurrían a la UNLa, partiendo de los siguientes interrogantes: ¿Qué y por qué, come esta comunidad educativa? Este proyecto concentró inicialmente sus objetivos en la UNLa, tanto en estudiantes, como en no docentes, profesores y personas de la comunidad local que participa de las actividades universitarias.

Sin embargo, frente a la situación de emergencia sanitaria, nuestra estrategia de abordaje del campo debió sufrir cambios drásticos. Ante esta situación volcamos nuestra mirada hacia la etnografía virtual o netnografía (etnografía de la red) la cual, en general, es usada o bien como complemento de las etnografías tradicionales o bien para el estudio de comunidades que sólo tienen presencia virtual (Hine, 2004). En este caso, realizamos encuestas abiertas autoadministradas a estudiantes de ciencias de la salud de UNLa, preguntando por aquellas prácticas ligadas a la alimentación que, desde la propia percepción, habrían sufrido cambios durante el ASPO. Por lo tanto, el período trabajado fue el primer semestre del año 2020.

A fin de lograr los objetivos planteados, se les solicitó a los estudiantes que describieran cambios (o constantes) de hábitos alimentarios observados en sus hogares durante el ASPO del 2020, en relación a: a) elección de alimentos y comidas; b) formas y tiempos dedicados a la compra u obtención de alimentos; c) formas y tiempos de preparación y cocción de los alimentos; d) organización de las comidas: estructuradas y no estructuradas; e) distribución de las tareas en torno a la alimentación entre los integrantes del hogar; f) comensalidad (familiar, solitaria, extendida, etc.); g) otras.

De esta manera, se realizaron y procesaron 131 encuestas con preguntas abiertas a desarrollar. El análisis de las mismas fue de tipo cualitativo y se aplicaron técnicas propias del análisis del discurso, a través de la utilización del software ATLAS.TI. Siguiendo la estrategia del análisis semántico, se asignaron a fragmentos significativos de los textos, tanto categorías que se tenían previstas de antemano, así como categorías que fueron surgiendo de los propios informantes (Bernard, 1994).

4. Resultados

Los resultados son presentados en función de las categorías halladas y representan un resumen de los fragmentos más significativos de las encuestas. Optamos por no ofrecer los *verbatim* para no hacer muy extenso el presente artículo, pero los mismos están a disposición para quien los desee solicitar.

En relación al tiempo y la cocina: La variable “tiempo” fue una de las que más cambios sufrió, pues al permanecer obligadamente dentro del hogar, el tiempo, que nunca suele alcanzar, ahora comenzaba a “sobrar”. Y ese tiempo “sobrante” en general fue utilizado para cocinar, para realizar preparaciones caseras que en tiempos pre-pandémicos las familias resolvían recurriendo a alimentos “listos para consumir”. La cocina fue un punto de encuentro de la familia, sobre todo de aquellos hogares en donde -cuarentena obligada mediante- se vieron forzados a compartir mucho más tiempo juntos dentro de la vivienda. Pasar mayor tiempo en la cocina implicó realizar más y diferentes preparaciones, pero también comer más y distinto y así es referido por los informantes.

Frecuencia de abastecimiento: La frecuencia de abastecimiento de alimentos también se modificó sustancialmente. Debido a las restricciones y al temor a contraer el virus, como al desabastecimiento de los mercados y almacenes, hubo una disminución de la frecuencia de compras, para concentrarlas en la menor cantidad posible de salidas, con la consecuente necesidad de planificarlas mejor y a más corta distancia del hogar.

Elecciones, precios y disponibilidad de los alimentos: En cuanto a las elecciones de los productos para consumo, en general se optó por la adquisición de alimentos no perecederos, así como materia prima para realizar preparaciones caseras, especialmente panificados (como se verá más adelante). Además, el aumento de precios percibido sumado a la baja de ingresos de muchos hogares, hicieron necesaria la preferencia por los alimentos “de carestía” (harinas de cereal o legumbres, azúcar, grasas) y por aquellos que se encontraran de oferta.

Medios de pago: El uso de tarjetas de débito/crédito resultaron óptimas tanto por la posibilidad de financiamiento que otorga como para el aprovechamiento de las ofertas que ofrecen los bancos. Sin embargo, en tiempos donde todo objeto de circulación podía ser fuente de contagio, las personas tendieron a evitar los cajeros automáticos así, como también, el contacto directo con los billetes, por lo que el movimiento de dinero electrónico y el uso de aplicaciones para tal fin crecieron en forma notoria.

Distribución de las tareas: Otra de las categorías que encontramos con mayor representatividad tuvo que ver con la distribución de las tareas al interior del hogar. Estas se focalizaron en la compra y obtención de alimentos, a la preparación y a los trabajos de lavado y disposición de los desperdicios, revelando que las tareas en torno a lo alimentario -durante el confinamiento- se distribuyeron más entre todos los miembros de la familia. Incluso, en algunos casos, se armaron cronogramas y rotación de las actividades.

Frecuencia de consumo, organización de las comidas: En general, las familias han tratado de respetar las comidas en cuatro eventos: desayuno, almuerzo, merienda y cena. En algunos casos se programó un menú semanal, que permitía ahorrar tiempo y dinero y se trató de tener un orden a la hora de comer. En otros, la necesidad de permanecer encerrados alteró esos horarios normativos o bien modificándose la hora de la comida o bien aumentando su frecuencia. En los casos donde se convivía con adolescentes, los horarios fueron aún más flexibles. Asimismo, también se evidenció un aumento del consumo de alimentos entre comidas, en general de productos con alto contenido de azúcares y grasas, que suele ser mencionado como “consumo de recompensa”.

Elecciones de las preparaciones: Fue notable cómo las preparaciones más elegidas fueron aquellas consideradas saludables (los alimentos ultraprocesados son percibidos -cada vez más y por más personas- como no recomendables), con la búsqueda de actividades que sirvieran también para la recreación familiar y para nutrir la sensación de “colaboración” en las tareas hogareñas. De esta manera, pareciera que la opción de alimentos “listos para consumir” tiene que ver directamente con una cuestión de tiempos; por eso es que, durante el confinamiento, al disponer de mayor tiempo ocioso, pudieron realizar comidas caseras y más elaboradas.

Innovaciones y nuevas recetas: Mientras se evitaba la circulación de personas las más variadas recetas de cocina iban y venían por las redes. Es que, con tiempo de sobra y necesidad de actividades recreativas, las familias buscaron innovar en la cocina. Nuevamente aquí apareció la variable tiempo como determinante de las posibilidades de elegir y preparar las comidas.

Panificados a la orden del día: Algo que tuvo mucha difusión durante la primera etapa del ASPO, fue la de los panificados hechos en casa. Pan de masa madre, panes caseros, medialunas, bizcochuelos, pastas e incluso alfajores son algunas de las preparaciones con harinas que los informantes comentaron que realizaron durante este período. Algunos de nuestros registros dan cuenta de preparaciones con harinas que no son de trigo sino de legumbres, avena, arroz, y otros ingredientes no tan comunes en los panificados argentinos.

Comensalidad familiar y ampliada: Sin duda, junto con el mayor tiempo dedicado a la cocina y al aumento de las preparaciones caseras, la comensalidad familiar ha sido de los aspectos que más se modificaron durante el periodo de confinamiento. En efecto, la posibilidad de compartir diariamente las comidas estructuradas con la familia, ha sido ampliamente mencionado como una consecuencia positiva del periodo que duró el ASPO.

Por otro lado, y con signo opuesto, también se ha señalado la imposibilidad de una comensalidad ampliada, es decir, el compartir comidas con personas no convivientes. En muchos casos, la virtualidad brindó alguna forma de consuelo. La práctica de los encuentros/comensalidad virtual, (“*zumpleaños*”, “*cenaszum*”) intentaron, sin terminar de lograrlo, paliar la ausencia del otro presencial. Aun

así, el padecimiento que registraron los hogares con conectividad y experiencia en el uso de herramientas virtuales moderó su soledad. En cambio, aquellos hogares sin conectividad o habitados por adultos mayores que desconocían o se rehusaban al uso de las herramientas computacionales, el aislamiento y la soledad se hicieron sentir con mayor peso.

5. Reflexiones finales

El Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio impulsó a las personas a una convivencia forzada, sin antecedentes en la dinámica social de los hogares. El tiempo, que en la modernidad es un bien escaso, ahora parecía sobrar. Esta situación inédita fue canalizada practicando una suerte de ocio forzado, donde la conectividad fue central (en aquellos hogares que podían acceder a ella) para el entretenimiento, la educación y donde la cocina ocupó un lugar destacado. El tiempo se detuvo y esa quietud se canalizó en la cocina.

No obstante, cabe hacer una distinción por sectores sociales, puesto que el escenario descrito corresponde a clases medias trabajadoras, urbanas y con acceso a la universidad, las cuales, a pesar de verse afectados por la situación económica en general, sumadas a la producida por la pandemia, en ningún caso corrían riesgos de padecer falta de alimentos. Esto se puede ver a partir de los relatos que aseguraban que muchas de las elecciones de los alimentos a adquirir, lo hacían a partir de los precios, debido a una baja en los ingresos y a una reducción de la oferta, pero en ningún caso se menciona que la ingesta diaria de alimentos corriera riesgos. Escenarios completamente diferentes se dieron en aquellos hogares que se encuentran bajo la línea de pobreza e indigencia. En estos casos fueron las mujeres jefas de familia quienes debieron dedicarse casi a tiempo completo a desplegar estrategias a corto plazo para adquirir alimentos y cocinar con lo que se podía conseguir (Aliano, et al., 2022; Ortale et al., 2022).

Volviendo a nuestra población, hay unanimidad en las manifestaciones acerca de que la disponibilidad del tiempo fue un factor determinante a la hora de cocinar. A partir de una búsqueda y dedicación para lograr una “alimentación más saludable”, en general se ha optado por reemplazar al máximo posible los productos “listos para consumir” por preparaciones caseras (por ejemplo, sopas de verduras instantáneas por “sopas de verdad”). Lo mismo ha ocurrido con los panificados que se preparaban para acompañar desayunos y meriendas. En congruencia con lo expresado, los informantes señalaron la aplicación de nuevas recetas, ya sea obtenidas de familiares/amigos, o halladas en las redes y páginas web.

Pero, además, la cocina fue vista como un espacio de creatividad, de socialización y de posibilidad para compartir los alimentos. Esto coincide con el énfasis puesto por la mayoría de los encuestados sobre el alto nivel de participación de todos los

miembros en las tareas en torno a lo alimentario. Probablemente esta nueva dinámica de mayor cooperación familiar -esgrimida por el sector social que nos ocupa- se habría dado casi exclusivamente en las tareas en torno a lo alimentario. El resto de las tareas reproductivas (lavado de ropa, limpieza general, etc., incluyendo la nueva necesidad de acompañar fuertemente a los niños con las tareas escolares) seguirían recayendo casi exclusivamente en las mujeres-madres. Es que, en la alimentación, se ponen en juego también otros valores, al tiempo que la preparación de alimentos puede resultar en tareas recreativas capaces de canalizar incluso ansiedades y angustias propias del contexto. Asimismo, el acto de comer, puede constituir un momento de relax, compensaciones -en términos de sabores y de emociones-, goce y reciprocidad. Es por esto que nuestros interlocutores realzan la comensalidad familiar, ahora posible ya que forzada, como algo sumamente valorado.

Al tener tiempo extra, las familias de nuestros interlocutores hicieron más conscientes el acto de comer, programando las compras, buscando recetas de alimentos más “sanos y nutritivos”, maximizando la economía doméstica, realizando preparaciones caseras en detrimento de los ultraprocesados, disfrutando y valorando la comensalidad familiar. Pareciera que hubo una búsqueda de vuelta a la *gastro-nomía* (Fischler, 2010), a ese saber que guiaba antaño la cocina y la comensalidad en los hogares. Al menos, de manera parcial, puesto que, mientras se organizaban y regularizaban las comidas estructurales, los picoteos continuaban e incluso acrecentaban, poniendo en contradicción a cada persona que, por un lado, buscaba una dieta más saludable, pero por otro, se relajaban en los “permitidos”, corroborado también por el aumento de peso que varios de los encuestados afirmó haber experimentado hacia el final del ASPO. Es que, en algunos casos, este tipo de consumos se utilizaba como recreación y actividad familiar colectiva y placentera, cuando la preparación -de galletitas, panqueques, tortas fritas- era seguida por la inmediata recompensa del consumo de productos azucarados. En esta misma línea, cabe mencionar la falta de alusión acerca del consumo de frutas.

En resumen, el ASPO supuso una situación extraordinaria, de carácter global y para la que no había ninguna experiencia previa. La disponibilidad de tiempo se volcó en una mayor dedicación a las tareas de la cocina. Estas nuevas prácticas que se realizaron de manera conjunta, fueron también una manera de verse solidarios -al interior de la familia- ante una situación extrema, al tiempo de intentar mitigar la angustia provocada por la pandemia y el aislamiento. No queda claro cuáles de los cambios vislumbrados hayan perdurado luego de que las medidas restrictivas se fueran diluyendo. Es probable que ese tiempo, que estructuró al aislamiento alrededor de la cocina, haya sido abandonado en la medida que se volvían a las actividades cotidianas, evidenciando, una vez más, que el qué, cómo y por qué se come lo que se come, no es una cuestión de voluntades sino de las situaciones estructurales que conforman los estilos de vidas de las personas.

Referencias bibliográficas

- AGUIRRE, P.** (2007). *Estrategias de Consumo. Que comen los argentinos que comen*. EDHASA.
- (2010a). An Anthropological View of the Impact of Poverty and Globalization on the Emerging Epidemic of Obesity. En: F. Brown, F. Wyckoff y A. Tsatsoulis (Comps.), *Diabetes in Women* (pp. 105-125). Springer.
- (2010b). La construcción social del gusto en el comensal moderno. En: M. Katz, M. Bruera, P. Aguirre (Eds.), *Comer. Puentes entre la alimentación y la cultura* (pp. 13-62). Libros del Zorzal.
- (2017). *Una historia social de la comida*. Lugar Editorial.
- AGUIRRE, P. Y DÍAZ CÓRDOVA, D.** (2021). La inestabilidad como rutina. La precarización de la vida cotidiana y su impacto en la alimentación en Buenos Aires, Argentina. *Revista de Antropología Social*, 30(2), 119-133. <https://doi.org/10.5209/raoa.77894>
- ATLAS.TI SCIENTIFIC SOFTWARE DEVELOPMENT GMBH** [ATLAS.ti 7.5.4 Windows]. (2022). <https://atlasti.com>
- ALIANO, N., PI PUIG, P., RAUSKY, M. E. Y SANTOS J. A.** (2022). La alimentación popular como experiencia: producción de maternidad y trabajo alimentario en mujeres de sectores populares. El caso del Gran La Plata durante la pandemia. En: I. Tuñón (Coord.), *La cuestión alimentaria en tiempos de ASPO-COVID-19* (pp. 197-222). Biblos Sociedad.
- BERGEL SANCHÍS, M. L., CESANI, M. F. Y OYHENART, E. E.** (2017). Malnutrición infantil e inseguridad alimentaria como expresión de las condiciones socio-económicas familiares en Villaguay, Argentina (2010-2012). Un enfoque biocultural. *Población y Salud de Mesoamérica*, 14(2), s/p. <http://dx.doi.org/10.15517/psm.v14i2.27305>
- BERNARD, H. R.** (1994). *Research methods in anthropology: Qualitative and quantitative approaches*. Sage Publications.
- ELORRIAGA, N., COLOMBO, M. E., HOUGH, G., WATSON, D., Y VÁZQUEZ, M.** (2012). ¿Qué factores influyen en la elección de alimentos de los estudiantes de Ciencias de la Salud? *Dieta*, 30(141), 16-24.
- FISCHLER, C.** (2010). Gastro-nomía y Gastro-anomía. Sabiduría del cuerpo y crisis biocultural de la alimentación moderna. *Gazeta de Antropología*, 26(1), artículo 09.
- HINE, C.** (2004). *Etnografía virtual*. Universitat Oberta de Catalunya.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos de la República Argentina (2021). *Encuesta permanente de hogares: 2020* [Archivo de datos]. https://www.indec.gob.ar/ftp/cuadros/sociedad/cuadros_informe_pobreza_03_22.xls
- MINTZ, S.** (1996). *Dulzura y Poder: el lugar del azúcar en la historia moderna*. Siglo XXI
- ORTALE, M. S., SANTOS, J. A. Y RAVAZZOLI, J.** (2022). Efectos del Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio en la alimentación infantil. Estudio en hogares de La Plata, Berisso y Ensenada (Pcia. de Buenos Aires, Argentina). *Cuestiones de Sociología*, 26, e134. <https://doi.org/10.24215/23468904e134>
- PATEL, R.** (2008). *Obesos y Famélicos. El Impacto de la Globalización en el Sistema Alimentario Mundial*. Marea Editorial.
- SAGUÉS CASABAL, Y., AMMAZZINI, G., AYALA, M., CETRÁNGOLO, M., MARTELLO, M., SOBOL, D., LLANOS, P., FRECHTEL, Y SALINAS, R.** (2009). Hábitos alimentarios y factores de riesgo en jóvenes universitarios de la ciudad de Buenos Aires. *Actualización en Nutrición*, 10(1), 49-57.
- VÁZQUEZ, M., WITRIW, A., Y REYES TOSO, C.** (2010). Estudio preliminar sobre la ingesta alimentaria en estudiantes universitarios de las carreras de medicina y arquitectura de la Universidad de Buenos Aires. *Dieta*, 28(131), 14-17.
- VÁZQUEZ, M., COLOMBO, M. E., LEMA, S., Y WATSON, D.** (2014). Estudiantes universitarios: ¿Qué comen mientras estudian? *Dieta*, 32(147), 26-29.

Identidad latinoamericana y practicas culinarias / Latin American Identity and Culinary Practices

Juan Manuel Montoro ORCID 0000-0002-8654-8995

Sebastián Moreno Barreneche ORCID 0000-0003-3551-7117

RESUMEN

El objetivo de este artículo es estudiar desde una perspectiva sociosemiótica cómo la identidad latinoamericana —una identidad geocultural de tipo supranacional vinculada con la totalidad del continente latinoamericano, por lo que abarca varios países— se manifiesta, a la vez que se construye, a través de prácticas culinarias —ingredientes, platos, tradiciones, etc.— generalmente consideradas como características de la forma de vida asociada a dicha identidad colectiva.

Palabras clave: identidad, América Latina, prácticas culinarias, imaginarios sociales, semiótica.

ABSTRACT

The aim of this article is to study from a sociosemiotic perspective how Latin American identity — a geocultural identity of a supranational type linked to the entire Latin American continent, thus encompassing several countries — is both expressed and constructed through culinary practices — ingredients, dishes, traditions, etc. — generally considered as characteristics of the way of life associated with this collective identity.

Keywords: identity, Latin America, culinary practices, social imaginaries, semiotics.

Juan Manuel Montoro enseña Semiótica en la Universidad Católica del Uruguay. Licenciado en Comunicación Social (Universidad Católica del Uruguay). Master of Arts in Semiotics (Universidad de Bolonia, Italia). E-mail de contacto: <jmmontoro@outlook.com>.

Sebastián Moreno Barreneche es profesor adjunto en la Facultad de Administración y Ciencias Sociales de la Universidad ORT Uruguay. Doctor en Ciencias Sociales por la Universidad de Múnich, Alemania. Investigador del Sistema Nacional de Investigadores de Uruguay (SNI). E-mail de contacto: <morenobarreneche@gmail.com>

FECHA DE PRESENTACIÓN: 20/06/2023 FECHA DE APROBACIÓN: 08/08/2023

1. Introducción

Al estudiar la discursividad social, es posible identificar ciertas asociaciones más o menos persistentes entre identidades colectivas de tipo nacional y conjuntos específicos de prácticas. Así, en el plano culinario, es habitual escuchar que a los uruguayos y argentinos les gusta tomar mate y comer carne asada a la parrilla, a los italianos, tomar café de pie en la barra del bar acompañado de bollería dulce y, a los españoles, salir de tapas y comer jamón. Estereotipos como estos relacionan identidades nacionales a conjuntos de prácticas consideradas como típicas y diferenciales de las formas de vida a las que se las asocia. Metodológicamente, el estudio de las prácticas permite el acceso a la forma de vida y, con ella, a la identidad nacional.

Lo interesante de asociaciones entre identidades nacionales y conjuntos de prácticas es que, si bien por su persistencia pueden parecer algo dado, son el resultado de formaciones discursivas construidas a través del tiempo que, si bien pueden tener anclaje en prácticas reales (muchas personas en Argentina y Uruguay toman regularmente mate y suelen comer carne asada a la parrilla, etc.), no tienen nada de necesario. La caracterización de las identidades nacionales uruguaya y argentina a partir de prácticas culinarias como estas es un fenómeno histórico y contingente: si no hubiese habido tanto ganado en la región rioplatense, comer carne asada podría no haberse transformado en una práctica considerada diferencial asociada a la forma de vida de las naciones uruguaya y argentina.

En un conjunto de trabajos recientes hemos argumentado que las identidades nacionales deberían abordarse como artificios discursivos asociados a una unidad específica de la geografía política: el estado-nación. Si la identidad nacional uruguaya se asocia al estado-nación llamado Uruguay, la italiana se asocia al estado-nación llamado Italia. También argumentamos que las identidades nacionales constituyen únicamente un tipo de identidad colectiva vinculada a espacios geográficos determinados y que, por su centralidad en el discurso contemporáneo como unidades para organizar las relaciones globales, parecen ser un punto de entrada adecuado para estudiar este tipo de construcciones discursivas, tan profundamente codificadas en la cultura.

Hemos propuesto que, además de las identidades nacionales, en los discursos sociales a lo largo y ancho del mundo se pueden identificar identidades *subnacionales*, *supranacionales* y *transnacionales*, como la siciliana, la europea y la mediterránea, respectivamente. La identidad latinoamericana es un tipo de identidad supranacional: 'lo latinoamericano' abarca identidades nacionales en su totalidad, como la argentina, la boliviana, la colombiana y la mexicana. ¿Cuáles son los rasgos diferenciales que definen la identidad latinoamericana en términos semiótico-discursivos? Y, específicamente, ¿existen prácticas culinarias que sean consideradas típicamente latinoamericanas a la luz de la asociación entre una identidad colectiva y un conjunto de prácticas mencionada más arriba?

Este artículo abordará estas preguntas desde la perspectiva de una sociosemiótica de las identidades geoculturales. Su objetivo es analizar cómo la identidad geocultural latinoamericana —una identidad geocultural *supranacional* que abarca a las identidades nacionales localizadas en el continente latinoamericano, por lo que abarca más de veinte identidades nacionales— se manifiesta, a la vez que se construye, a través de algunas prácticas culinarias y gastronómicas consideradas características de la forma de vida asociada a esta identidad. Nuestro abordaje se apoya en una premisa constructivista que no asume a las identidades como hechos presociales, sino que las concibe como constructos discursivos dinámicos, contingentes y construidos a través del tiempo. Así, definimos a las identidades geoculturales como articulaciones más o menos coherentes de signos, textos, tradiciones, discursos, narrativas, objetos y prácticas, entre otros recursos semióticos, estables a través del tiempo, que culturalizan una pertenencia geográfica, sea en términos nacionales, regionales, transnacionales o supranacionales.

En el número 34 de *DeSignis* propusimos un estudio de cómo la identidad latinoamericana se manifiesta en los sistemas y las prácticas de transporte presentes en el continente. De manera análoga, en este trabajo pretendemos estudiar cómo la idea de una identidad latinoamericana se apoya en —y, a la vez, se construye a través de— ciertas prácticas vinculadas a la comida, el comer y la dimensión culinaria de la cultura.

2. Sociosemiótica de las identidades geoculturales

En lo que sigue abordaremos la identidad latinoamericana y las prácticas culinarias a ella asociadas desde una sociosemiótica de las identidades geoculturales. Este enfoque teórico implica poner en relación dos campos del saber: por un lado, la semiótica social; por el otro, los estudios sobre la identidad, y en particular aquellos sobre las identidades colectivas, es decir, sobre procesos de identificación y construcción discursiva de colectivos que abarcan a más de un individuo.

Respecto al primer punto, desde la década de 1980, la semiótica ha evidenciado una expansión de su campo que trasciende el análisis textual en sentido restringido, para ocuparse de fenómenos que, metodológicamente, pueden ser abordados como textos dado que vehiculizan sentido, aunque estos sean abiertos, procesuales, dinámicos y cambiantes (Landowski, 2014). Investigadores de distintos círculos académicos a lo largo y ancho del mundo se han interesado por estudiar la producción de sentido en el campo social más allá de la mera dimensión lingüística y/o verbal. Así, determinadas prácticas (Floch, 1990; de Oliveira, 2013; Demuru, 2017) e interacciones (Landowski, 2017; de Oliveira, 2004) también pueden ser vehículos de sentido y significación. En pocas palabras, la sociosemiótica —también denominada semiótica social, o semiótica de la cultura, o semiótica sociocultural— se interesa por estudiar cómo la realidad social se construye gracias a la intervención de la dimensión discursiva.

Respecto a las identidades geoculturales, en trabajos precedentes hemos intentado sentar las bases respecto a su naturaleza. En pocas palabras, estudiar dichas identidades desde una perspectiva semiótica consiste en identificar en la discursividad social conjuntos articulados de discursos que estén asociados a espacios geográficos delimitados, sea naturalmente o no, para estudiar cómo es que dicha pertenencia al espacio es culturalizada a través de articulaciones perceptibles en el plano de la expresión. Nuestra propuesta es que las prácticas culinarias pueden ser abordadas como manifestaciones en el plano de la expresión que remiten a unidades de sentido segmentadas en el plano del contenido.

Estas unidades en el plano del contenido son las identidades geoculturales. En el caso de las identidades de tipo nacional, si imaginamos un *continuum* que abarque todas las identidades nacionales posibles (como el espectro de colores), la segmentación en las identidades argentina, brasileña, española, italiana, japonesa, siria y tailandesa responde a ciertos procesos de recorte fundamentados en la historia en los que, a partir de determinados rasgos diferenciales, se recorta el *continuum* dando lugar a unidades de sentido que luego serán expresadas de diversa manera —un nombre, signos, costumbres, trajes típicos, obras literarias, una bandera, etc.— en un plano de la expresión, que es empíricamente perceptible y que sirve como punto de acceso al trabajo analítico.

Este enfoque está alineado con los estudios recientes sobre la identidad, que consideran a las identidades como unidades definidas de manera *relacional*, lo que implica que una identidad se articula por oposición a otras y en torno al establecimiento de ciertas fronteras entre las categorías ‘ellos’ y ‘nosotros’ (Lotman 1996, Appiah 2018, Arfuch 2005, Barth 1969, Laclau 1994, Mouffe 2007). La idea de lo relacional es también fundamental para la semiótica dada su matriz estructural: como proponía Umberto Eco (2001: 111), “cualquier intento de establecer el referente de un signo nos lleva a definirlo en los términos de una entidad abstracta que representa una convención cultural”.

En síntesis, una sociosemiótica de las identidades geoculturales estudiará desde una perspectiva interesada por la producción, la circulación y el consumo de sentido en la esfera social la manera en que ciertas unidades de sentido identificables en el discurso y ancladas en una materialidad geográfica son utilizadas por los seres humanos para la identificación. En el caso concreto de la identidad geocultural latinoamericana, se lidiará con un tipo de identidad supranacional, es decir, una identidad colectiva cuyos límites no coinciden con las fronteras administrativas de un estado-nación, sino que abarcan identidades nacionales a partir de una matriz común que es de tipo *histórico-cultural*.¹

3. La identidad latinoamericana como identidad geocultural supranacional

La cuestión de la identidad latinoamericana ha sido de gran interés para investigadores identificados con dicho continente (Ardao 1993, Mignolo 2005, Quijano 1988, Ribeiro 2017, Zea 1953), aunque dichos abordajes no hayan sido realizados desde una matriz específicamente semiótica.

Si se planteara un abordaje de tipo semiótico, una primera observación sería que la propia idea de imaginar una América que sea “latina” como categoría diferencial implica una operación discursiva relativamente compleja en los términos geoculturales ya definidos. Nacida en la década de 1860 a partir de la intervención imperial francesa en México como modo de contrarrestar la doctrina Monroe, la propia apelación a una raigambre latina implica un intento de, por un lado, diferenciarla de otra América de carácter anglosajón y, por otro, reagrupar los distintos entramados culturales del continente ya no solo en torno a las influencias lingüísticas y culturales de España y Portugal, sino también al incluir la herencia de otras lenguas vernáculas del latín, como el francés.

Sin embargo, al pensar en los límites y el alcance de esa “latinidad”, pocos analistas utilizarían un criterio estrictamente lingüístico para justificar sea la inclusión como la exclusión de países francófonos, como Haití o la región del Quebec en Canadá, por mencionar dos ejemplos. Un ejemplo problemático en ese sentido surge al considerar la comunidad hispana de Estados Unidos: integrada al mundo latinoamericano en la circulación comunicativa y cultural, puede, sin embargo, rechazar esa pertenencia al universo latinoamericano en los planos geopolítico y económico al estar localizada dentro de los marcos institucionales de Estados Unidos. Como contrapartida, muchos países de la región que no participan de la herencia lingüístico-cultural de la latinidad y que incluso están poco vinculados culturalmente a los países iberoamericanos, como los estados del Caribe neerlandés y anglófono, pueden, no obstante, entrar dentro del paraguas genérico LAC (*Latin American and the Caribbean*) a efectos e institucionales y corporativos.

Algunos de estos ejemplos ilustran cómo, en cuanto que constructo discursivo, la categoría “Latinoamérica” no refiere simplemente a una entidad material geográfica —a una porción delimitada del continente americano—, sino a una identidad colectiva asociada a un imaginario social específico, aunque carezca de un alcance territorial preciso: valores disfóricos como la subalternidad, la desorganización, la imprevisibilidad, la incertidumbre, la inseguridad, la pobreza y precariedad material, junto a otros valores normalmente discursivizados como eufóricos —la creatividad, la innovación, la astucia, la autenticidad, la flexibilidad y capacidad de adaptación o el diálogo entre distintas culturas— son habituales para cualquier persona familiarizada con lo latinoamericano a la hora de abordar esta identidad. Esto no implica necesariamente que toda la producción cultural relativa a esta identidad geocultural se vea condicionada por esta caracterización, pero sí es notorio que en cuanto se posicionan desde ese lugar o colocan a lo latinoamericano como tópico, el discurso suele recurrir a esas isotopías.

A modo de ejemplo, un breve repaso de algunas evidencias en las letras de canciones que toman distintas posiciones respecto a esta identidad muestra de qué modo la penetración de ese imaginario es asumida de manera unánime: desde “Latinoamérica” del dúo puertorriqueño Calle 13, que reivindica las dificultades y la entereza moral de los latinoamericanos para salir adelante en situaciones adversas, a posturas irónicas como “Latinoamérica es un pueblo al sur de Estados Unidos”, de la banda de rock chilena Los Prisioneros, que critica el estereotipo sobre la región creado desde Europa, o la controversial “No somos latinos” del grupo de rock uruguayo El Cuarteto de Nos, que opone la uruguayidad a la condición latinoamericana en tanto la voz lírica destaca que se crió “en la Suiza del sur”.

Si se estudia la forma en que se presentan las partes integrantes de América Latina, en todos los casos coincide en que se trata de una unidad supranacional que agrupa una serie de identidades nacionales previamente constituidas y no a una identidad transnacional que renegocia las pertenencias colectivas según criterios distintos a los de la soberanía estatal. Esto podría parecer evidente, pero no lo es desde el momento en que un criterio estrictamente lingüístico podría buscar recortar el *continuum* sociocultural al unir poblaciones que utilicen lenguas latinas, independientemente de su pertenencia nacional, y excluir a otras que no, como algunas comunidades indígenas, aun dentro de los límites de un estado-nación. Muy por el contrario, las distintas maneras de presentar los prototipos más consensuados de lo latinoamericano tanto en discursos turísticos como de producción cultural suelen ilustrar a esta unidad geocultural a través de manifestaciones culturales que se corresponden con los valores previamente descriptos e independientemente de sus clivajes y tensiones internas.

Si se retoman los ejemplos del campo de la producción musical, la canción citada del grupo chileno Los Prisioneros habla en modo disfórico de que los extranjeros “se sonríen cuando ven que tienen veintitantas banderitas / cada cual más orgullosa de su soberanía”. Por otra parte, a modo eufórico, el videoclip de la canción “La Gozadera”, en el que colaboran la banda cubana Gente de Zona y Marc Anthony, escenifica una coreografía de bailarinas pintadas cada una con una bandera de un país de Latinoamérica, mientras la canción menciona sin mayor reparo a distintos países de la región de manera arbitraria: “Perú con Honduras, Chile con Argentina [...] y Uruguay con Paraguay, hermano con Costa Rica”.

Si se comparara la identidad latinoamericana con otros constructos identitarios que, al igual que este, trascienden los límites de un estado-nación, se observarían distintos fenómenos de reorganización del *continuum* espacial. Por ejemplo, la identidad mediterránea no necesariamente abarca a la totalidad de los estados-nación que la constituyen. Desde grandes potencias históricas como Francia o España hasta países pequeños como Eslovenia o Montenegro bien puede haber una diferenciación interna por la cual una parte de sus respectivas poblaciones se afilien a una pertenencia mediterránea (aquellos que viven en la costa mediterránea o influidos por ella) y otra puede

permanecer ajena a esa identidad mediterránea, como el caso de Galicia, en España, o Bretaña y Normandía, en Francia, cuyas pertenencias se asocian más al mundo céltico del Atlántico (Montoro y Moreno Barreneche, 2024). Esa operación simbólica no es tan sencilla para nuestro objeto de estudio dado que, en el caso latinoamericano, incluso las élites sociales y las periferias territoriales han defendido una manera propia de posicionarse siempre desde lo latinoamericano.

Por lo tanto, si se considera que, por un lado, la noción de lo latinoamericano actúa como un ensamble de identidades nacionales que comprende una gran amplitud territorial y, por otro lado, los discursos culinarios y gastronómicos residen en gran medida en la posibilidad de obtener productos naturales situados en geografías específicas, la pregunta relevante sería: ¿es posible hablar de una cocina *auténticamente* latinoamericana? ¿Es posible dotar de autenticidad y tradiciones compartidas a una región geográfica tan amplia, compleja y diversa como para producir papas en agricultura de terrazas y carne ovina en pastizales, vinos en climas templados y frutos tropicales en climas cálidos, arroz en humedales y ajíes en zonas áridas, recetas de transmisión oral en comunidades indígenas y tradiciones importadas por inmigrantes, comidas sencillas de olla de clases populares y refinamientos de élites criollas? ¿Tiene sentido hablar de una identidad latinoamericana que se manifiesta a través de lo gastronómico y de lo culinario considerando todas las divergencias que hay dentro de esta unidad geocultural? O, en términos más sencillos, ¿es la comida un ámbito cultural que une a distintas poblaciones bajo el paraguas de la identidad geocultural de lo latinoamericano o es, por el contrario, una marca de diferenciación que dificulta el agrupamiento de tradiciones bajo la misma pertenencia colectiva?

4. Identidad latinoamericana y practicas culinarias

En las primeras páginas del *Tratado de Semiótica General*, Umberto Eco (2001) mapea los distintos dominios de la semiótica como campo de estudios junto a las subespecialidades que este podría agrupar. Con este ejercicio, Eco escalona distintas manifestaciones de sentido y las disciplinas pasibles de un abordaje semiótico siguiendo una jerarquía disciplinar y utilizando el mismo criterio con el que define a la semiótica como campo: una forma de estudiar todo aquello que puede usarse para mentir. Con ese criterio, entonces, en el umbral de *semiotividad* más bajo se encuentran aquellas manifestaciones basadas en señales e instintos y, en el superior, aquellas disciplinas que engloban la mayor complejidad cultural posible. El objetivo de Eco al proponer esta escala es presentar a la semiótica como la herramienta analítica clave para hacer antropología cultural y, por ende, entender a la cultura como un entramado de distintos sistemas y procesos de significación. Sin embargo, en su ejercicio, Eco ubica también a dimensiones sensoriales como el gusto y el olfato dentro de los umbrales de semiotividad más bajos ya que, o bien no serían centrales en ese mismo entramado cultural, o bien no estarían dotados de tanta profundidad cultural.

¿Afirma Eco que no es posible mentir en el plano del contenido con gustos, olfatos y otros elementos del plano de la expresión que constituyen la base misma de los discursos culinarios y gastronómicos? Probablemente no, porque como buen crítico de la cultura, Eco conocía el potencial de la manipulación de manera transversal a distintos sistemas expresivos. Sin embargo, la distinción de Eco es ilustrativa a la hora de identificar ciertos componentes del discurso culinario y gastronómico ubicados en distintos niveles de complejidad cultural y que, por lo tanto, dan a los productores de discursos distintos márgenes de acción a la hora de articular sentido en torno a un ingrediente, un producto alimenticio, un plato o una práctica culinaria.

De manera análoga, la propuesta de Fontanille (2008) de identificar seis niveles de inmanencia para estudiar fenómenos relevantes para la sociosemiótica se ordena también siguiendo un criterio jerárquico. De este modo, signos, textos, objetos, prácticas, estrategias y formas de vida constituyen, cada uno, niveles analíticos en los que el siguiente siempre abarca al anterior.

En las líneas siguientes argumentaremos con algunos ejemplos de qué modo ciertas prácticas culinarias se pueden asociar a determinadas entidades geoculturales pertenecientes al ámbito de lo latinoamericano, sin que esto implique la construcción de un corpus empírico. De hecho, tal como veremos más adelante, una de las dificultades más importantes a la hora de identificar una gastronomía propiamente latinoamericana consiste en la variedad de su composición, ya no solo a nivel de ingredientes, sino también a nivel de lo que Fontanille identifica en los umbrales superiores de su tipología, es decir, prácticas, estrategias y formas de vida.

De este modo, llevar esta tipología al campo empírico en un discurso de tipo culinario-gastronómico perteneciente a América Latina es complejo y demasiado ambicioso si se busca mapear la totalidad de las prácticas culinarias. En tanto ese no es el objetivo de este trabajo, a continuación, plantearemos algunos ejemplos y reflexiones para ver cómo el aspecto estrictamente culinario —es decir, el ámbito doméstico de la cocina— se combina con lo gastronómico para o bien fortalecer o bien debilitar la puesta en discurso de una cocina propiamente latinoamericana. Siguiendo este razonamiento, los autores del artículo consideramos que la construcción de un corpus para un análisis más riguroso se podrá plantear en instancias futuras, dependiendo de la orientación teórico de los trabajos a desarrollar, y plantearemos este artículo a modo introductorio para esbozar las primeras líneas de articulación entre la identidad geocultural latinoamericana y el ámbito gastronómico.

Empecemos, a modo de ejemplo, con la tradición existente en países como Uruguay, Argentina y Paraguay de comer ñoquis el día 29 de cada mes. Los ñoquis (derivación morfológica del ya plural italiano *gnocchi*) son un tipo de pasta fresca que se obtiene al hervir pequeños bollos densos a partir de una masa con agua, sal, harina y alguna legumbre, que normalmente suele ser papa. A su vez, el plato suele ser servido o bien

con manteca o bien con alguna salsa (pomodoro, boloñesa, caruso, etc.). Dependiendo del punto de vista del observador, las categorías analíticas podrían corresponder a un componente del discurso u otro, pero suponiendo que se analiza una cena de una familia de algunos de estos países un día 29, podría considerarse que los ingredientes y sabores por separado podrían ser los *signos*, el plato podría considerarse el *texto* y los ñoquis, como dispositivo cultural, son un *objeto*. Ahora bien, el hecho de que sea justamente un día 29 del calendario, de que esté toda la familia reunida y de que se repitan ciertos patrones (por ejemplo, colocar una moneda debajo del plato para atraer la buena suerte) entra en un terreno de análisis sociosemiótico ya más intangible, que Fontanille consideraría justamente *prácticas*.

El ejemplo de la moneda debajo del plato como método para la buena fortuna sirve para anclar esa práctica a una funcionalidad específica. Por lo tanto, se trata de una *estrategia*: la tradición de comer ñoquis los días 29 se remonta a las prácticas de inmigrantes de una región del norte Italia que llegaron a la Cuenca del Plata y que en su pueblo natal procuraban, a fines de cada mes, preparar una comida que fuera a la vez económica y duradera, de modo de abastecerse hasta tanto no cobrar el siguiente salario (Pardo 2017).

Para concluir, esta tradición no se restringe solamente a descendientes de italianos, sino que ha sido criollizada y adoptada en su conjunto por las culturas populares locales al punto de que es más común hoy en América que en la propia región de origen y se respeta estrictamente, incluso en casas que no son de inmigrantes italianos. En particular, la tradición de comer ñoquis el día 29 de cada mes ha sido incorporada a una práctica cultural que busca traer prosperidad y bonanza económica a las familias que, si se entiende en el marco de los valores disfóricos de /precariedad material/ y /pujanza constante/ anteriormente mencionados, calza simbólicamente con una *forma de vida* autenticamente latinoamericana. De hecho, esta práctica y su asociación con el dinero es tan extendida en la región de la Cuenca del Plata que se ha normalizado el uso metafórico del sustantivo “ñoqui” para referir a aquel funcionario (normalmente de la administración pública) que, a pesar de no ir a trabajar, cobra regularmente su salario el día 29 de cada mes (puede ser otro día, pero coincide en que asiste al lugar de trabajo solo una vez al mes a tales efectos).

Esta supuesta forma de vida latinoamericana puede expresarse, entre muchas otras manifestaciones, a través del rito de cenar ñoquis un 29 de abril, pero en otro país de la región en que esta tradición no esté presente o que no haya tenido un influjo de inmigrantes italianos como parte de su autoconciencia nacional (Lotman 1996), el comer ñoquis o cualquier otro tipo de pasta bien puede ser una experiencia de consumo de la italianidad, desarraigada de los valores asociados a lo latinoamericano. Por eso, el ejemplo anterior sirve para entender de qué manera un dispositivo cultural puede estar embebido dentro de un imaginario de lo latinoamericano a pesar de que sus ingredientes, recetas y sabores sean contingentes o, como en este caso, puedan tener un origen europeo, o parcialmente europeo.

El hecho de que algunas de las materias primas mundiales sean nativas de América y hayan llegado a Europa tras la Conquista dificulta el establecimiento de barreras simbólicas entre identidades y paisajes alimenticios —*foodscapes* (Stano 2020)—, del mismo modo que actualmente las fronteras administrativas dividen estados-naciones. Mientras en la zona andina es posible identificar en torno a tres mil variedades de papas, boniatos y otros tubérculos (Van der Ploeg 2000), la papa tiene buena reputación y es central en las cocinas nacionales de poblaciones del norte de Europa, desde Países Bajos a Estonia, porque su cultivo permitía proveer de alimento a poblaciones cuyos terrenos vivían cubiertos de nieve buena parte del año, por no mencionar el impacto que han tenido las plagas de papas en fenómenos de construcción identitaria como las Revoluciones de 1848 en la Europa continental o la Gran Hambruna Irlandesa en la misma década. No sería exagerado decir, como apuntaba un volumen de ensayos ucrónicos, que uno de los eventos que más ha marcado a la modernidad ha sido el descubrimiento de la papa (McNeill 2005).

De manera similar, el pimiento de Padrón (*pemento de Herbón*, según la denominación de origen), uno de los productos más típicos de la cocina gallega, debe su existencia a un convento en esta localidad en el que se había instalado un misionero franciscano que empezó a traer semillas cultivadas desde México en el siglo XVI. ¿Podría un crítico anticolonialista mexicano denunciar como apropiación cultural el hecho de que una nación europea reivindique un alimento como propio porque los orígenes de ese alimento son latinoamericanos? ¿O tiene razón un húngaro si defiende que la Gran Llanura de su país fue el terreno idóneo para el cultivo de ajés y, al centrar su dieta y abastecer a media Europa con *paprika*, su identidad nacional quedó legítimamente vinculada a ese producto?

Una dificultad adicional para vincular comida e identidades en América Latina está en que la producción y circulación de ciertas recetas puede ser transnacional en doble sentido, tal como ocurre con la milanesa o escalope (bife empanado). En cuanto receta de origen y en función de otros platos similares, pertenecería a un área difusa centroeuropea que se podría ubicar entre el norte de Italia (*cotoletta allá milanese*), el núcleo del antiguo imperio austrohúngaro (*Wiener Schnitzel*), la península de Istria y Eslovenia (*Ljubljanska*) y uno de los inicios de la ruta de peregrinación a Compostela desde Basilea (*San Jacobo*). Sin embargo, además de ser un producto *transfronterizo*, se trata de un producto *transcultural* porque ha viajado junto a emigrantes de estas regiones a la Cuenca del Plata y hoy es una de las recetas más típicas de la gastronomías uruguaya y argentina. Por este motivo, si en su momento pioneros de la lingüística como Nikolai Trubetzkoy o Roman Jakobson propusieron hablar de una *Sprachbund* (unión de lenguas, en alemán) para referirse a las confluencias lingüísticas de un área dada sin necesariamente prestar atención a las fronteras políticas que dividían estados (Schaller 1997), también puede tener sentido hablar de una *Essenbund* (unión de comidas) para hacer mención a un fenómeno análogo de confluencias en torno a las prácticas y al discurso culinario-gastronómicos.

Otro ejemplo de aplicación de esta demarcación de espacios transculturales o discontinuados en lo territorial es el de la gastronomía brasileña, ya que numerosos productos de consumos asociados al país lusófono, como los porotos negros o la guaraná, son frecuentes en los espacios de consumo apenas se cruza la frontera de España a Portugal, en tanto podrían ser considerados como pertenecientes al dominio más amplio de la lusofonía, una identidad colectiva de carácter cultural apoyada en una lengua (y no en un espacio geográfico, como las identidades geoculturales).

Este tipo de fenómenos resultaría útil a la hora de entender por qué en el ámbito gastronómico existen una serie de competencias y rivalidades discursivas entre naciones por la propiedad o autenticidad de ciertas recetas, como la rivalidad entre Perú y Chile por el pisco o, en menor medida, entre Colombia y Venezuela por las arepas o entre Argentina y Uruguay por el dulce de leche. Si bien estos fenómenos se evidencian a nivel global y se manifiestan en numerosos casos (Ichijo & Ranta 2016), son valiosos a la hora de entender de qué manera la reivindicación nacional de un producto o receta dificulta la articulación de una identidad gastronómica supranacional como la latinoamericana. En otras palabras, los recetarios nacionales y, por tanto, las más amplias tradiciones gastronómicas que incluyen no solamente las recetas sino también las prácticas, estrategias y formas de vida parecen superponerse a un supuesto arraigo común con lo latinoamericano.

A modo de comparación con otro sistema semiótico diferente como lo es la lengua, mientras que en el ámbito lingüístico la discriminación de dialectos del español suele ser vista como poco clara por parte de las industrias culturales que suelen doblar como “Español – Latinoamérica” a un dialecto estándar del español mexicano para todo el continente, en el ámbito gastronómico los “dialectos” de la cocina latinoamericana están claramente identificados: los restaurantes mexicanos, peruanos y argentinos son comercializados como tales, se especializan en sus respectivos platos típicos como enchiladas, ceviches y carne asada a la parrilla y, desde Nueva York a Prístina, se posicionan como opciones de consumo claramente distinguibles, sin que se sugiera un paraguas simbólico de lo latinoamericano que los una.

Esto parecería ser algo particularmente característico de la tematización de la identidad geocultural latinoamericana en el discurso culinario-gastronómico, ya que, en otros casos, como en África o los Balcanes, un restaurante que se posiciona como típico de un país —a modo de ejemplo, en el restaurante etíope Adal de Bolonia o en Shija, un restaurante de nombre albanés, en Alicante— esta opción suele representar fundamentalmente a la gastronomía de la región supranacional que contempla a esta nación, más que a la nación en sí misma.

¿Es, entonces, imposible hablar de una gastronomía latinoamericana? Si bien esta pregunta ameritaría una reflexión y desarrollo que exceden a los objetivos de este artículo, nuestra propuesta implicaría que sí, pero cuanto más alejado se posicione el discurso de las recetas e ingredientes o de los productos anclados a contingencias

históricas, climáticas y territoriales y, por lo tanto, cuanto más se posicione en torno a prácticas, estrategias y formas de vida que reinterpreten o resignifiquen la comida como parte de un imaginario latinoamericano con base a las isotopías habituales. Si anteriormente identificamos (Montoro y Moreno Barreneche 2021b) que, para los sistemas de transporte, la gran extensión del territorio latinoamericano, las dificultades de acceso y la diversidad de poblaciones permitían ciertas isotopías discursivas, en el caso del discurso culinario-gastronómico esa misma amplitud dificulta identificarse como parte de la misma pertenencia colectiva. A modo de ejemplo, la experiencia de comprar productos en una feria barrial puede tener ciertas similitudes en ciudades y pueblos latinoamericanos que sean notablemente diferentes a las de Europa, independientemente de los productos que estén en venta, por las similitudes demográficas y sociales que pueda haber entre sus tejidos sociales, escenarios de consumo e interacciones locales.

A su vez, avizoramos un ejemplo de dispositivo cultural que pertenece al ámbito culinario-gastronómico y en el que efectivamente se pueden encontrar ecos entre diferentes casos latinoamericanos, pero en todo caso se da porque la similitud se sustenta en englobar la comida como parte de interacciones sociales más amplias. Este es el caso del carrito callejero como práctica culinaria urbana, diferenciada de los *food truck* estilizados y temporalizados en eventos ocasionales como ferias temáticas. El carrito callejero, que normalmente consiste en una autocaravana revestida de paredes de aluminio y sirve minutas rápidas como hamburguesas, papas fritas, salchichas y chorizos al pan con numerosos gustos y condimentos, es común en ciudades tan diversas como La Paz, Asunción, Montevideo y Porto Alegre e implica una reivindicación criolla de la comida rápida (Figura 1).



FIGURA 1. Foto de carrito callejero en Montevideo, Uruguay.
Fuente: Wikimedia Commons.

En estos casos, el carrito se opone a las grandes cadenas de comida rápida como McDonalds y Burger King y funciona, desde los usos de los comensales, como una resistencia local a las grandes corporaciones al punto de que incluso ciertas deficiencias operativas como la falta de controles sanitarios y bromatológicos se reivindicuen con orgullo. Paradójicamente y en contraste con su apariencia, estos carritos no suelen ser móviles y suelen quedar estacionados en la misma esquina durante décadas, lo que termina por consagrarlos como parte de los lugares de la memoria colectiva (Nora 1990) de las ciudades y pueblos en los que aparecen.

Otros ejemplos se podrían ubicar en ritos y prácticas transversales en América Latina y que se distinguen notoriamente de otras identidades geoculturales, incluida España, como pueden ser la celebración de cumpleaños de quince años como rito de pasaje para las mujeres adolescentes o la celebración de eventos sociales o cumpleaños infantiles con piñatas. Desde el sur de Argentina hasta México, este tipo de tradiciones son frecuentes y combinan aspectos precolombinos, imaginarios europeos y procesos de hibridación cultural, y en algunos casos incluyen una dimensión culinaria-gastronómica, pero en todos los casos se alejan de la determinación territorial que impone a los cultivos y recetas una geografía tan extendida como la de América Latina.

De manera complementaria, un ámbito de relevancia para un estudio de las identidades geoculturales latinoamericanas en la cocina consiste en analizar los modos de consumo que se dan más allá de los ingredientes. Es probable que en estos ámbitos aparezcan elementos comunes a las *formas de vida* del continente, particularmente aquellas que se enmarcan en la subalternidad y se expresan, por ejemplo, en puestos de comida callejera. En ese sentido, es posible interpretar, siguiendo a De Certeau (1976), que opciones gastronómicas como el *carrito* o el *medio tanque* de Uruguay, Argentina y Paraguay, el puesto de salchipapas de Bolivia o la bandeja de enchiladas en México representan acciones *tácticas* de los usuarios frente a las estrategias de las propuestas gastronómicas más institucionalizadas. Es decir, comer de pie, en la calle, puede representar también una apropiación del espacio que, en otros paisajes culinarios, como por ejemplo el europeo, aparece desestimulado.

5. Conclusiones

En la introducción propusimos que el objetivo de este artículo era analizar cómo la identidad geocultural latinoamericana, a la que concebimos como una identidad geocultural *supranacional* que abarca a las identidades nacionales localizadas en el continente latinoamericano, se manifiesta, a la vez que se construye, a través de algunas prácticas culinarias y gastronómicas consideradas características de la forma de vida asociada a esta identidad. En nuestro planteo, utilizamos el enfoque sociosemiótico basado en la distinción entre signos, textos, objetos, prácticas, estrategias y formas de vida para llamar la atención sobre los tres últimos como el posible eje diferencial de la identidad supranacional de lo latinoamericano. Como se argumentó más arriba, la conclusión parecería

ser que no se debe buscar la manifestación de la identidad culinario-gastronómica latinoamericana en recetas ni en ingredientes a territorios con condiciones distintas, sino en algo más intangible, aunque igualmente signifiante: los ritos, las prácticas, esto es, la dimensión “más cultural” de las prácticas vinculadas con la comida.

Notas

1. Dejamos de lado a propósito la referencia a lo lingüístico, ya que en la identidad latinoamericana conviven por lo menos dos grandes lenguas de matriz indoeuropea: la española y la portuguesa. En este sentido, lo latinoamericano no se caracteriza por una identidad lingüística, sino que la dimensión geográfica se semiotiza más que nada en términos históricos y de prácticas culturales. A modo de contraste, la lusofonía y la francofonía como identidades colectivas supra- o transnacionales, dependiendo del caso, no tienen un anclaje material, sino que se apoyan en una unidad lingüístico-cultural (no sería, por lo tanto, identidades geoculturales).

Referencias bibliográficas

- APPIAH, K. A.** (2018). *The Lies that Bind*. Profile Books.
- ARDAO, A.** (1993). *América Latina y el latinismo*. Universidad Nacional Autónoma de México.
- ARFUCH, L.** (Ed.). (2005). *Identidades, sujetos, subjetividades*. Prometeo.
- BARTH, F.** (1969). *Ethnic Groups and Boundaries: The Social Organization of Cultural Difference*. Waveland Press.
- DE CERTEAU, M.** (1984). *The Practices of Everyday Life*. University of California Press.
- DE OLIVEIRA, A. C.** (Ed.). (2004). *As interações sensíveis*. Centro de Pesquisas Sociosemióticas/Estação das Letras e Cores.
- (Org.). (2013). *Sentido e interação nas práticas*. Centro de Pesquisas Sociosemióticas/Estação das Letras e Cores.
- DEMURU, P.** (2017). Práticas de vida. Entre semiótica, comunicação e política. *Estudos Semióticos*, 13(1), 28-39.
- ECO, U.** (2001). *Tratado de semiótica general*. Lumen.
- FLOCH, J.-M.** (1990). *Sémiotique, marketing et communication*. Presses Universitaires de France.
- FONTANILLE, J.** (2008). *Pratiques sémiotiques*. Presses Universitaires de France.
- ICHIJO, A. Y RANTA, R.** (2016). *Food, National Identity and Nationalism. From Everyday to Global Politics*. Palgrave Macmillan.
- LACLAU, E.** (Ed.) (1994). *The Making of Political Identities*. Verso.
- LANDOWSKI, E.** (2014). Sociosemiótica: uma teoria geral do sentido. *Galáxia*, 27, 10-20.
- (2017). Interactions (socio) sémiotiques. *Actes Sémiotiques*, 120.
- LOTMAN, Y.** (1996). *La Semiosfera I*. Cátedra.
- MCNEILL, W.** (2005). What if Pizarro had not found potatoes in Peru?. En R. Cowley (Ed.), *What If? Eminent Historians Imagine What Might Have Been* (pp. 413-442). Putnam & Sons.
- MIGNOLO, W.** (2005). *The Idea of Latin America*. Blackwell.
- MONTORO, J. M. Y MORENO BARRENECHE, S.** (2021). Identidad latinoamericana y sistemas de transporte: notas para una semiótica de las identidades geo-culturales. *DeSignis*, 34, 67-82.
- (2021). Towards a Social Semiotics of Geo-cultural Identities. Theoretical Foundations and an Initial Semiotic Square. *Estudos Semióticos*, 17(2), 121-143.

— (2022). La identidad geocultural europea en sus periferias y fronteras. Un abordaje desde la semiótica de la cultura de Yuri Lotman. *DeSignis, Hors Série 2 - Semiótica de la Cultura*, 173-184.

— (2023). Semiosferas y límites geográficos. El aporte de la semiótica de la cultura de Yuri Lotman al estudio de las identidades geoculturales. *Signa*, 32, 437-454.

MOUFFE, C. (2007). *En torno a lo político*. Fondo de Cultura Económica.

NORA, P. (1996). *Realms of Memory. Rethinking the French Past*. Columbia University Press.

ÖZKIRIMLI, U. (2010). *Theories of Nationalism. A Critical Introduction*. Palgrave.

PARDO, D. (2017, 27 de septiembre). ¿Por qué los argentinos comen ñoquis el 29 de cada mes y qué tiene que ver eso con los empleados públicos? *BBC Mundo*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-41437490>

RIBEIRO, D. (2017). *América latina: A pátria grande*. Global.

QUIJANO, A. (1988) *Modernidad, identidad y utopía en América Latina*. Sociedad y Política.

SCHALLE, W. (1997). Roman Jakobson's Conception of 'Sprachbund'. *Cahiers de l'ISL*, 9, 207-212.

STANO, S. (2020). Globalised foodscapes: the Self, the Other, and the Frontier. *Glocalism: Journal of Culture, Politics and Innovation*, 3. <https://doi.org/10.12893/gjcp.2020.3.8>

VAN DER PLOEG, J. D. (1990). Sistemas de conocimiento, metáfora y campo de interacción: el caso del cultivo de la patata en el altiplano peruano. *Agricultura y Sociedad*, 56, 144-165

ZE, L. (1953) *América como conciencia*. Cuadernos Americanos.

Comerse el museo: un estudio semiótico de los cafés y restaurantes de los museos de arte moderno. Los casos de MoMA, Malba, Tate Modern y del Centro Pompidou / Eating the Museum: A Semiotic Study of Cafés and Restaurants in Modern Art Museums. The Cases of MoMA, Malba, Tate Modern, and the Pompidou Center

A. Aluminé Rosso ORCID 0000-0002-9677-1664

RESUMEN

Este trabajo tiene por objetivo exponer algunos resultados de los trabajos de campo realizados en Moma, Malba, Tate Modern y del Centro Pompidou, entre 2017 y 2023, en los que se han estudiado sus cafeterías y restaurantes observado sus modificaciones espaciales y sus propuestas gastronómicas. Las características compartidas y estables por estos espacios condujeron a reflexionar en la posible existencia de los géneros *café* y *restaurante museal* los cuales contribuiría a la aparición de nuevas prácticas de visita participando de la consolidación de vínculos sostenidos entre los museos y sus públicos. A tales fines, los cafés fueron estudiados bajo la noción de *géneros mediáticos* propuesta por Steimberg (2013) y la teoría de *prácticas semióticas* desarrollada por Fontanille (2008), ensayando un diálogo metodológico entre dos tradiciones de estudios semióticos: la argentina y la francesa.

Palabras clave: museos de arte moderno, cafés de museos, experiencia del visitante, géneros mediáticos, semiótica de la cultura.

ABSTRACT

This paper aims to present some results of the fieldwork in Moma, Malba, Tate Modern, and the Pompidou Center (2017-2023), focusing on studying their cafés and restaurants, observing their spatial modifications, and their gastronomic proposals. The shared and stable characteristics of these spaces led to reflect on the possible existence of the museum café and restaurant genres, which would contribute to the emergence of new visiting practices by consolidating sustained links between museums and their audiences. To this end, the cafés were studied under the media genres proposed by Steimberg (2013) and the theory of semiotic practices developed

by Fontanille (2008), trying a methodological dialogue between two traditions of semiotic studies: the Argentine and the French.

Keywords: modern art museums, museum cafés, visitor's experience, media genres, semiotics of culture.

Aluminé Rosso candidata doctoral de ULiège y del ICAR (CNRS, ENS, Universidad de Lyon) bajo la dirección de María Giulia Dondero y Pierluigi Basso. Magister en Crítica y Difusión de Arte (UNA), Licenciada en Ciencias de la Comunicación (UADE) y Especialista en Curaduría de Arte (USAL) y en Marketing Estratégico (UADE). Miembra activa del IIEAC, donde formó parte de su Comité Académico. Desde 2016, estudia la experiencia del visitante en los museos de arte moderno realizando trabajos de campo en Europa y América. Sus investigaciones se han presentado en conferencias internacionales y se han publicado en inglés, español y francés. E-mail de contacto aarosso@uliege.be

FECHA DE PRESENTACIÓN: 20/06/2023 FECHA DE APROBACIÓN: 18/07/2023

1. Devorar el arte: museos y gastronomía

La relevancia que ha adquirido la gastronomía en los museos en el siglo XXI se manifiesta, por un lado, en la sofisticación de los menús, y por otro lado, en las transformaciones arquitectónicas realizadas en los últimos años con el objetivo de integrar cafeterías y restaurantes más espaciosos y sofisticados que expandan la visita y, de ser posible, la promuevan en las redes sociales. Pues como lo ha señalado Claire Bishop (2018, p. 19): lo que algunos museos parecen comprender por contemporaneidad es una buena imagen institucional que los posicione, y los vincule con “lo nuevo, lo cool, lo fotogénico, lo bien diseñado, lo exitoso económicamente*”.

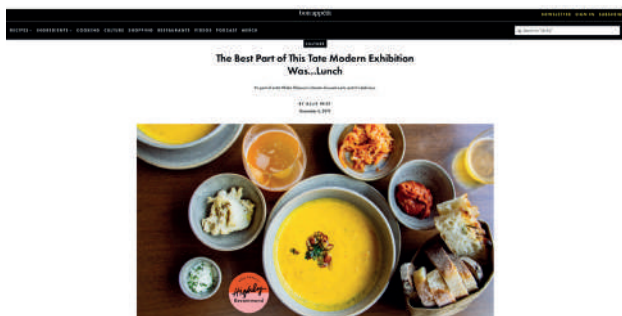


FIGURA 1. Captura de pantalla: Bon appétit sobre Tate Modern

Entre 2017 y 2020, Malba, MoMA, el Centro Pompidou y la Tate Modern han remodelado el espacio de sus cafeterías y aplicado nuevas estrategias de posicionamiento y comunicación. Malba y en MoMA repitieron una de las estrategias de diseño espacial (y de experiencia del visitante) ya observada en otros museos occidentales: establecer un recorrido relativamente lineal entre los espacios de consumo y los de ocio. Regularmente el café museal se encuentra próximo a la boutique y librería e, inclusive, en algunos casos, se ofrecen libros en él. Tal es el caso de Tate Modern que no solo vincula sus exposiciones con sus múltiples propuestas gastronómicas sino también sus catálogos, ligando su compra al salir de la exposición con su lectura en el café del museo.

La concepción de los menús según la programación expositiva es otro fenómeno que acentuado en los últimos años. Tate Modern ha incorporado propuestas gastronómicas vinculadas a sus exposiciones temporales. Podemos recordar el menú inspirado en la exposición *Picasso 1932. Love, fame, tragedy* (2018); o la exposición de *Yayoi Kusama. Infinity Mirror Rooms* (2022-2023) que incluye dos eventos gastronómicos: *Kusama with fizz* y *Kusama and dinner*.

Lo mismo puede decirse de la fundación Louis Vuitton de París que entre las estrategias de comunicación de la exposición *Monet-Mitchell* (2021-2022) incluyó la degustación de un postre del cuaderno de recetas del artista francés. La creación gastronómica se presentó como un “*Hommage à Claude Monet selon ses carnets de recettes : Gâteau Vert*”. Sin embargo, el caso más paradigmático del vínculo entre arte y gastronomía puede encontrarse en el café de Moma de San Francisco que hace más de una década ofrece postres que rinden homenaje a Matisse, Koons, Kahlo, Lichtenstein, Avedon y Thiebaud.



FIGURA 2. Capturas de pantalla: Instagram de la Fondation Louis Vitton.

El vínculo entre la gastronomía, los artistas y los museos no es un fenómeno nacido en la contemporaneidad, pero sí acentuado en ella. Los artistas contemporáneos explotan las posibilidades expresivas, reflexivas y estéticas implicadas en la acción de cocinar, de servir y de comer. Recordemos los trabajos de Rirkrit Tiravanija quien en 1992 inauguró *Untitled (Free)* en la Galería 303 de Nueva York. Esta obra, en la que el artista convirtió una galería en una cocina donde servía arroz y curry tailandés

gratis, fue recreada en MoMA en 2014 como parte de la exposición *Contemporary Galleries: 1980-Now*. Un ejemplo más radical, aunque fuera de un museo, es la obra *Shamiyaana—Food for Thought: Thought for Change* (2016–17) del artista Rasheed Araeen presentada en Documenta14 que consistía en la puesta en funcionamiento de un restaurante en el centro de Atenas.

Sin embargo, a partir de la *instagramatización* de las experiencias tanto gastronómica como museal estas relaciones parecen haberse reforzado. Al menos así parecen mostrarlo ciertas campañas de comunicación que incentivan a los visitantes de museos a compartir sus fotos y videos en las redes sociales. *Antropofagia revisitada*, fue una propuesta de Malba realizada en conmemoración de los cien años de la Semana de Arte Moderno. El museo convocó a la artista Ivana Vollaró a intervenir el café. La obra incluyó una poesía y el ploteo de la frase *Devoremos Abaporu* y fue acompañada por un evento que consistió en comer galletas con la forma del célebre caníbal de Tarsila do Amaral.

Desde 2017 a la fecha, hemos realizado trabajos de campo MoMA (Nueva York), Centro Pompidou (París), Tate Modern (Londres) y de Malba (Buenos Aires) estudiando sus espacios intermediarios (aquellos que median entre el espacio expositivo y el urbano (Rosso, 2022), y hemos observado que sus cafés y restaurantes poseen ciertas características compartidas que corresponderían a un fenómeno genérico.

Este estudio presenta algunas reflexiones surgidas del análisis de estos espacios bajo la noción de género mediático, la cual reenvía al concepto de *horizonte de expectativas*, pertinente para poner a prueba nuestra hipótesis: el café museal, en tanto género, condensa la propuesta institucional y contribuye a la aparición de nuevas prácticas de visita que participan de la consolidación de vínculos sostenidos entre los museos y sus públicos (Rosso, 2022). De este modo, el café se presenta como un espacio estratégico en y para el estudio de la experiencia del visitante. En las próximas líneas ensayamos un dialogo teórico metodológico revisando las categorías y reflexiones propuestas de Jacques Fontanille, Pierluigi Basso, Maria Giulia Dondero, Eliseo Verón, Oscar Traversa y Oscar Steimberg.¹

2. Museos, cafés y prácticas: una *matriochka* genérica

Oscar Steimberg define al género como “clases de textos u objetos culturales discriminables en todo lenguaje o soporte mediático que presenta diferencias sistemáticas entre sí y que, en su recurrencia histórica, instituye condiciones de previsibilidad en distintas áreas de desempeño semiótico e intercambio social” (2013, p. 49). Comprendiendo a los espacios intermediarios y a los museos como objetos culturales que responden a esta caracterización, proponemos la existencia de los géneros *café* y *restaurante museal*. Si bien establecemos algunas diferencias esenciales de ambos casos, nos ocupamos de la caracterización de los cafés puesto que, por su emplazamiento, ocupa un lugar central en el desarrollo de la visita al museo.

Steimberg (2013) propone comprender al género como una institución *relativamente estable* que presenta propiedades comunes y diferencias sistemáticas, localizables en sus regularidades temáticas, retóricas y enunciativas, cuyo estudio implica el análisis de la *distancia* implicada entre sus instancias de producción y de reconocimiento (Verón, 1998). Esta distancia o *desfase* dará cuenta de los efectos de la *circulación social* del género condicionada por las posibles alteraciones en cualquiera de los dos polos, determinando así su muerte o su vigencia.

Entendemos que tanto los museos, sus *espacios intermediarios* (Rosso, 2022) como sus exposiciones presentan fuertes estabilizaciones en su organización que nos permitiría ubicarlas genéricamente. Pensemos en las retrospectivas las cuales establecen un horizonte de expectativas bien definido: la presentación (casi) completa y cronológica de la obra de un artista. Incluso los montajes están estabilizados según lenguajes, géneros artísticos y museales, pensemos en el cubo blanco instalado por el museo moderno, o los montajes de colecciones de Bellas Artes (estabilizado desde el color del muro, la altura de la obra o el marco del cuadro). Esto es más evidente en términos arquitecturales, siendo los museos de bellas artes, cuyas dimensiones retóricas, temáticas y enunciativas se encuentran altamente estabilizadas, el ejemplo más claro.

Debemos, entonces, encontrar propiedades comunes y diferencias sistemáticas que nos permitan distinguir las condiciones de previsibilidad del género *café museal*, aquí analizado en museos de arte moderno, aunque debería ser estudiado, eventualmente, en otros tipos de museos. El análisis de cualquiera de los espacios intermediarios e, inclusive, de las exposiciones, debe tener en cuenta las características del género que *enmarca* dicho espacio diferenciándolo del resto del sistema (museo de Bellas Artes, de arte contemporáneo, metamuseo, manierista, (Zunzunegui, 2003)), ya que como indica Steimberg (2013), los géneros hacen sistema en sincronía.

Una vez que nuestro objeto está enmarcado y *ubicado* genéricamente (café vs restaurante; colección vs exposición temporal) avanzamos hacia el estudio de la propuesta culinaria (cocina de chef vs cocina de artista) o expositiva (retrospectiva vs colectiva) la cual estará compuesta a su vez por objetos pertenecientes a otros géneros (desde los platos servidos, los muebles, la decoración; u obras de diferentes lenguajes y géneros, en el caso de las exposiciones). Estamos enfrenta a un efecto de *matriochka genérica* y, en consecuencia, de horizontes de expectativas que orientan ciertas prácticas de visita.

Sin embargo, dichas prácticas nunca son absoluta y rígidamente determinadas ni por los géneros museales, ni por la organización del espacio, sino que emergen de una *negociación* entre lo propuesto y lo finalmente realizado, siendo el dispositivo museal un “gestor de contacto” (Traversa, 2014) entre la materialidad del discurso espacial museal y la experiencia del público. Consecuentemente, el comportamiento del visitante expresa el écart entre la producción y el reconocimiento (Verón, 1998) del discurso museístico.

En su estudio del Centro Pompidou, Eliseo Verón (1983) explica que, en el museo, el cuerpo del visitante funciona como espacio de resonancia de todos los índices del discurso espacial. Así, el territorio museal se constituye como una red de reenvíos en el espacio, temporalizados por el cuerpo significativo del sujeto en el momento de dicha apropiación espaciotemporal (Verón, 1983). Dichas negociaciones, engendran estrategias de visita que una vez (relativa y temporalmente) estabilizadas pueden ser comprendidas como vínculos (aquí decimos, contrato de visita) entre los visitantes y las instituciones.

Desde otra tradición metodológica, al estudiar el dominio o campo artístico³ Pierluigi Basso (2002, p. 40) propone redefinir la noción de género entendido, desde la tradición francesa, como un principio organizador del texto y, a su vez, un modo semiótico de práctica (Rastier, 1998), sería uno de los horizontes preliminares bajo los que tiene lugar toda producción e interpretación lingüística. Esta definición apunta a los textos artísticos, en cierto modo clausurados, distinto al enfoque (trans)mediático, más abarcador, de la perspectiva argentina. Se trata de diferencias esenciales entre las dos tradiciones: en la francesa el género sigue analizándose lingüísticamente, teniendo una base objetivada en el texto, contrariamente a la propuesta de Steimberg. Así, en el primer caso se aborda un medio fijo, y en el segundo no.

Sin embargo, lo que nos interesa es el interés de Basso (2002, p. 41) de distender el absolutismo otorgado al género para reconocer la existencia de un “entramado de géneros en competencia en un mismo campo*” lo cual expresaría la compleja gestión de su abordaje y “la necesidad de reconstruir al menos un horizonte caracterizado por una dosis de sistematicidad capaz de guiar las performances productivas e interpretativas de los actores sociales*”.

La idea de entramado nos interesa para pensar nuestra *matriochka genérica* (inclusive si esta apunta a otros niveles de pertinencia) ya que como afirma Basso (2002, pp. 46-47) la trama cultural dinámica que informa nuestras prácticas interpretativas no puede someterse a un marco normativo, ya que al final no encontramos un género como estructura integrada y coherente de formas, sino múltiples lógicas genéricas que no son capaces por sí solas de cerrar el sentido de un texto. De este modo, reconducir a los objetos culturales a estatus y prácticas implica “poner en relieve el régimen de significación que estos predisponen*” sin pretender que esto sea suficiente para caracterizar la significación propia de la práctica que “descansa en marcos culturales anidados unos dentro de otros, potencialmente *ad infinitum**” (Basso, 2002, p. 21).

Pues, más que los criterios que definen al género localmente habría que detectar socio semióticamente cómo responden a las dinámicas del campo artístico, o a las que se sitúan entre estos y otros campos sociales (Basso, 2021). Nuestra idea de *matriochka* metaforiza los encastres del entramado genérico, la inclusión de cada capa a y en la otra, pero también el espacio de juego, de margen (el espaciado entre las muñecas) y de posibles otros usos. Esto se evidencia en el estudio de la circulación

de los géneros, la cual depende de los actores que intervienen, sostienen o rechazan su vigencia. Así, las prácticas contemporáneas observadas en los museos de arte implican desde la intervención de artistas en los cafés hasta la transformación de la sala de exposición en una cantina⁴.

3. En vistas de un estudio de las prácticas de visita:

El problema de la negociación entre visitante y espacio museal planteado por Verón nos remite, aunque desde otra perspectiva metodológica, a la teoría de las prácticas semióticas desarrollada por Jacques Fontanille (2010) quien establece una distinción fundamental entre el estudio de los textos y las prácticas que estos orientan. A diferencia de los primeros, las prácticas son un proceso abierto cuyo curso de acción se desarrolla espaciotemporalmente caracterizado por disposiciones sintagmáticas que aceptan y rechazan, que se exigen o excluyen, se desean o desdeñan. En este sentido, el curso de las prácticas se desarrolla en tensión entre una presión reguladora externa, la programación, y una presión reguladora interna, la acomodación⁵.

Fontanille indica que la programación debe considerar constantes ajustes en la interacción dados por el entorno o por la interferencia con otras prácticas de las que pueden tomar prestadas rutinas adquiridas, así como promover innovaciones, apareciendo tensiones entre la acomodación *a priori* y la acomodación en tiempo real o, incluso, a posteriori. En nuestro caso, los ajustes de las prácticas vinculadas a consumir un café se solapan con aquellas implicadas en la visita a un museo de arte moderno. Pues bien, aunque algunos cafés habiliten el ingreso sin visitar las exposiciones, la experiencia museal enmarca la experiencia culinaria diferenciándola de otras.

Aunque para Fontanille el género concierne al nivel de pertinencia del texto y su intertexto (mientras que para Steimberg pertenece a todos los niveles, tanto de lo local como lo global), la idea de *interferencia de prácticas* puede vincularse con nuestra idea de muñecas rusas y, más aún, su noción de *formas de vida* que Maria Giulia Dondero (2022) aplicó el análisis de los cafés de estilo Global Brooklyn⁶.

Dondero plantea el interrogante por la relación entre la organización del espacio de los cafés y la configuración de un *ambiente* particular capaz de representar el espíritu de una *comunidad*, pero, sobre todo, la manera de ser de los clientes de este tipo de espacios: “intelectuales nómadas contemporáneos que huyen de la normalidad de la vida y el trabajo ordinarios”. Su análisis de los cafés no solo pone en evidencia la complejidad de estudiar las prácticas sociales, las cuales involucran diferentes niveles de análisis semiótico, sino también la eficacia metodológica de la noción de *formas de vida* de Fontanille (2015) concebida como el tipo de semiosis más global y abarcadora incluyendo estrategias, prácticas, objetos, textos y signos.

Dondero explica que a partir de este concepto podemos establecer la estratificación y reconocimiento tanto de una práctica como de los valores que pone en escena. En el caso del estudio de los cafés, esta noción hace posible poner en relación las formas del espacio como textualidades, de los soportes de estos espacios y de los objetos que circulan en el café (desde la tipografía del menú, es decir, las características plásticas del texto escrito, el propio menú, como también las tazas, las sillas, las mesas) y luego de los movimientos de las personas como escenas predicativas que pueden encontrar una primera forma de estabilización en las prácticas.

De este modo, es posible observar que “el mobiliario, la comida y las actitudes en determinados lugares son coherentes con la elección de vida” de los actores que se apropian de estos espacios y participan de la creación de su ambiente. Esta afirmación coincide con nuestra hipótesis inicial: los cafés de los museos condensan los valores institucionales colaborando en la consolidación de vínculos entre los museos y los visitantes.

4. Los cafés museales

Sí bien en esta etapa de trabajo, hemos estudiado únicamente la organización espacial de los cafés de los museos, lo que correspondería a sus instancias de producción (en términos de Verón) o la programación de sus prácticas (en términos de Fontanille), nuestro análisis hipotetiza sobre las prácticas que orientan estos espacios a fin de constatarlas en una próxima etapa de investigación. Para ello hemos observado:

- El emplazamiento de los cafés, la dependencia o independencia de la visita al museo, relación con demás espacios de consumo, vínculos con el espacio urbano (aperturas o cierre);
- el estilo arquitectónico y diseño de mobiliario, la relación con la arquitectura del museo;
- los modos de apropiación espacial propuestos por dicha organización;
- la disposición de los espacios de venta y exposición de alimentos, por un lado, y de preparación, por otro lado; y
- f) sus menús, tanto lo que propone como su presentación.

4.1. Centro Pompidou: Un Espacio de trabajo sin gusto a trabajo

La cafetería se emplaza en el entre piso del hall de entrada sobre la librería, independiente del ingreso a las exposiciones. Al subir las escaleras encontramos su estructura construida en materiales tipo acrílicos fundiéndose con el resto del edificio. Desde las alturas, el café se presenta como un mirador-observatorio urbano cuya vista es el funcionamiento del hall de entrada del museo: la cocina-mostrador es una especie de *foodtrack* amarillo rodeado por mesas, en su mayoría colectivas, y pequeños espacios semicerrados a través de bloques de acrílico en colores transparentes.



FIGURA 3. Café y hall del Centro Pompidou, fotos de la autora, enero 2023

La exposición de productos responde a las clásicas vitrinas y mostrador de las cantinas que se integran a la cocina (expuesta) en un continuum de acero inoxidable. Siguiendo esta lógica, el menú, escrito a mano alzada en pizarras, expone una variedad de bebidas y opciones populares (tarta de limón, muffins, cookies, hasta manzanas, pasando por sándwiches y ensaladas). La experiencia de compra tiene su pasaje autoservicio con una pequeña barra donde se sirven condimentos, servilletas, bandejas y cubiertos.

Dada a la disposición espacial y la oferta gastronómica, el café habilita diferentes prácticas: la post-visita en dúo, la pausa café en familia, la lectura, dibujo y escritura en solitario (vinculada, quizás, a su vecindad con la librería), pero, principalmente, el uso de los boxes como espacio de estudio y de trabajo.

4.2 Malba: un espacio de encuentro

El café de Malba, sucursal de una pastelería porteña, se encuentra integrada al museo a partir de una continuidad arquitectónica con el hall de entrada y su mobiliario: blanco, minimalista, compartiendo la gran fachada en vidrio. Así la cafetería, que opera también como restaurante, se abre al espacio público expandiéndose en una terraza de madera al parque lindero al edificio. Esta extensión genera un acceso totalmente independiente de los ingresos del museo.

La exposición de productos, un menú de inspiración francesa con adaptaciones argentinas (tortas con dulce de leche y alfajores), se realiza a través de una gran vitrina en vidrio y estantes de madera clara que se integran al mostrador siguiendo el diseño minimalista del mobiliario del museo. La fabricación de los productos no forma parte del proceso de compra y, en este caso hay camareros que se ocupan de atender a los clientes.

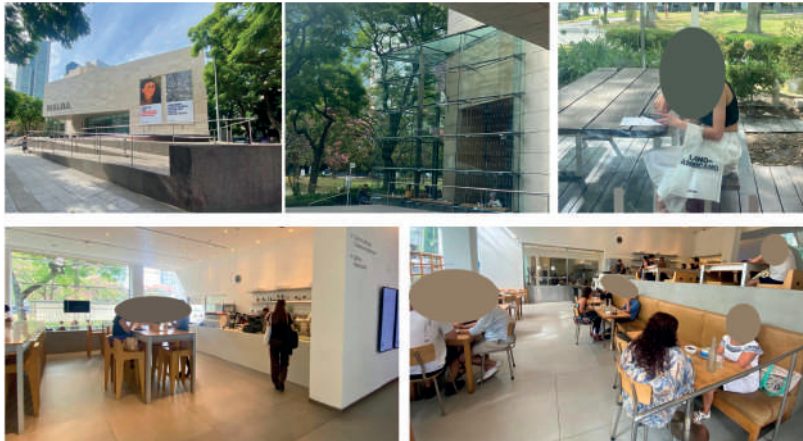


FIGURA 4. Fachada y café de Malba, fotos de la autora, febrero 2023

Las mesas del café son en su mayoría colectivas, comenzando por unas barras altas acompañadas de bancos, luego mesas con sillas y sillones compartidos, mesas colectivas y una barra frente al ventanal que mira la vida urbana del museo. El mobiliario se organiza en una disposición escalonada, que va del hall de entrada hasta llegar a las mesas grupales de madera rústica de la terraza. La zona lindera al hall del museo suele ser el espacio para la exposición de obras de arte contemporáneo, conectando ambas experiencias de visita.

Como en el caso anterior, emerge una escena colectiva que orienta prácticas de consumo disímiles: espacio de encuentro con amigos, inicio o cierre de la visita al museo (principalmente en la barra), espacio de esparcimiento en familia, pareja o amigos, (sobre todo en el parque), espacio de trabajo (generalmente en la barra de las ventanas).

4.3 Tate Modern: café vs restaurant

La institución ofrece varios espacios gastronómicos, siendo el restaurant del noveno piso la atracción turística destacada por sus vistas panorámicas. En este caso, hemos estudiado la cafetería ubicada en la entrada del edificio Blavatnik compartiendo su fachada vidriada con la boutique. Este espacio se extiende hacia la explanada del museo donde se instalan mesas que habilitan el consumo del café independientemente del ingreso al museo. Sin embargo, la presencia institucional es aún mayor que en los casos anteriores: Tate hace presente su logo en cada objeto, remarca incluso la selección y elaboración de su propio café (ofreciéndolo en su tienda online y en la boutique) e interviene el espacio con obras de arte emplazadas en explanada y, en ocasiones, al interior del café.



FIGURA 5. Imágenes tomadas del sitio oficial del museo

Su menú cambia cada con frecuencia inspirándose en las exposiciones y seleccionando cuidadosamente ingredientes orgánicos, saludables e inclusivos (opciones veganas, sin gluten, etc.). La disposición del mobiliario, en su mayoría grandes mesas compartidas en madera clara como el mostrador, su construcción en vidrio, la cual permite ver movimiento de los visitantes al interior del edificio, y la vista hacia los parques linderos, refuerza la proposición del café: un espacio colectivo, saludable, de algún modo, en contacto con la naturaleza y, sobre todo, con el arte. A diferencia de los casos anteriores, la propuesta del museo es la interacción con los otros, con el edificio y con el arte. Las prácticas de visita son similares a las del Malba, agregando la integración a la vida del parque y la explanada que, dependiendo de la propuesta artística, opera como espacio de juegos o descanso.

4.4 Moma: cierre de la visita

El café de MoMa se encuentra en el segundo piso del museo, al cual se accede únicamente presentando el ticket, antecedido por un espacio de descanso (y carga de dispositivos móviles) una barra de cafés y snacks y la librería-gif shop. Como Malba, se trata de un caso híbrido entre el café y restaurante, pero este adquiere, al menos en los ingresos, la exclusividad del café (se debe hacer fila, es cerrado y apartado del ruido de los espacios intermediarios). Sin embargo, al interior nos encontramos con un escenario similar al que hemos expuesto: mesas colectivas, una barra de acero inoxidable típica de cantinas, la producción de los platos casi totalmente a la vista, y un menú “a la italiana” exhibido tanto en papel como a partir de la puesta en escena de los platos ya preparados en las heladeras de la vitrina. Entre dichas propuestas se ofrecen opciones sin gluten, sin azúcar, vegetarianas y veganas.



FIGURA 6. Cafés y boutique de MoMA, fotos de la autora, marzo 2023.

Como en el caso de Tate, el café está intervenido por una obra artística que se despliega tanto en sus muros como en el diseño gráfico del menú, el uniforme del personal y de los individuales de las mesas. El diseño arquitectónico y el mobiliario también retoma aquel del museo: estética minimalista y los mismos muebles negros que nos acompañan en toda la visita al MoMA. Dado a su emplazamiento y modo de acceso, las prácticas de apropiación del café son más restringidas limitando la experiencia a una pausa o inicio o cierre de la visita al museo.

5. El género *café museal* vs *restaurante museal*

Existen diferencias esenciales entre la propuesta de los cafés y los restaurantes que se corporizan en diferentes prácticas de los usuarios (comportamiento gestuales y corporales, hábitos de consumo, temporalidad de la permanencia, entre otros) vinculadas a la organización espacial y las representaciones sociales que cubren y rodean la experiencia culinaria al interior de un museo de arte.

Los modos “de uso” así como los imaginarios en torno a los restaurantes de museos⁷ responden a sus emplazamientos más exclusivos y, a veces, espectaculares dado por un entorno distanciado del espacio urbano (sea por jardines de esculturas, en el caso del MoMA, en las alturas con vistas a la ciudad en el caso de Tate Modern y el Centro Pompidou) como por la propuesta gastronómica que implica, entre otras cuestiones, otro consumo del tiempo y del dinero.

Este distanciamiento del entorno, en el cual el paisaje urbano se encuentra obstruido o apreciado como “postal”, invita, junto con el mobiliario y su decoración, a una

permanencia más larga y necesaria para disfrutar de ese momento *exclusivo* e íntimo. Sus ingresos determinan una ruptura de la experiencia de los espacios de exposición, ya sea por el decorado como por el personal que recibe a los comensales.

Por el contrario, el café museal se encuentra integrado no sólo a los demás espacios de consumo o de descanso, sino a la propia arquitectura del museo. Su acceso es absolutamente abierto y, en varios casos, operan como observatorio de la vida del museo (Centro Pompidou), o de la vida urbana (Malba y Tate Modern). Como hemos dicho, los cafés de museos se presentan como espacios contiguos entre el hall y las áreas de descanso y consumo, por lo que la permanencia en de los comensales es variable dependiendo de la ocasión, ya sea como cierre de la experiencia museal o como consumo exclusivo del café.

Tanto la decoración como el mobiliario apuntan a la convivialidad, siendo las mesas comunales una característica repetida en todos ellos. El café se caracteriza por la propuesta de un vínculo de cotidianidad con los visitantes convirtiéndose, entonces, en un espacio de trabajo (Centro Pompidou, Malba), de encuentro con amigos, pareja, colegas (Tate Modern, Malba), el lugar de la merienda al salir de la escuela, e inclusive, un lugar de descanso de los padres y madres mientras los niños juegan en el espacio público del museo (Tate Modern, Malba).

6. El café y sus prácticas: el visitante *frontalier*

Desde 2017 hemos estudiado los espacios intermediarios de estas cuatro instituciones a fin de determinar la promesa experiencial y el tipo de visitante modelos que configuran (Rosso, 2021). Concluimos en que la experiencia museal contemporánea incluye el contacto con obras de arte, pero también la sociabilidad, el consumo y el disfrute. Dicha sociabilidad implica compartir la experiencia en otros escenarios como el café, el restaurant, la explanada y las redes sociales. Podríamos considerar que la importancia de los cafés radica en su configuración como espacio de sociabilidad, permanencia y apropiación del espacio museal (Rosso, 2022).

Esta experiencia museal configura un tipo de visitante modelo: el *frontalier* que emerge de las recurrencias espaciales que destacan la habitabilidad de los espacios adyacentes a la sala de exposición. Según las trayectorias espaciales propuestas por los edificios, estos visitantes comparten los rasgos de lo que Verón (2013) ha llamado *visitantes langostas* cuya estrategia de visita a las exposiciones es *tomar* lo que les interesa y de los *visitantes peces* que *pasan a dar un vistazo*. Sin embargo, los *frontaliers* aplican esta estrategia a todo el museo resemantizando sus funciones: el museo es un café, un lugar de encuentro con otros, un espacio de trabajo, una librería, un fondo para los contenidos de Instagram.

Los cafés de los museos parecen ser el espacio por excelencia de estos visitantes, pues bien hemos observado que su visita puede ser ajena a la visita de las exposiciones.

Estos condensan la propuesta institucional, principalmente, el espíritu colectivo que caracteriza, por definición, a todo museo moderno. Por su puesto, cada colectividad posee sus propios valores, a los cuales refieren, por ejemplo, los menús de cada café: lo popular para el Centro Pompidou, lo ético y ecológico para Tate Modern y, en el caso de los museos americanos, lo europeo revisitado como parte de la identidad local. El *café museal* se convierte en un hábito que habla de nosotros mismos y, sobre todo, de nuestro vínculo cotidiano con el museo, nos recuerdan que elegimos realizar dicha actividad allí y, de cierta manera, la cubre (y nos cubre) de un manto cultural.

7. Conclusión: en vista de un estudio de las prácticas museales

A partir del análisis de los cuatro museos, hemos reconocido estabilizaciones que podrían afirmar la existencia del género *café museal* el cual programa ciertas prácticas de visitas. Sin embargo, estas prácticas nunca son absolutamente determinadas por el dispositivo museo o el dispositivo café, sino que emergen en tanto negociación de los que Verón ha llamado instancias de producción y de reconocimiento de la propuesta museal (1998, 2013), o de la tensión entre su programación y su acomodación en términos de Fontanille (2010). Esto nos pone frente al estudio del entramado genérico (Basso, 2002) que las orienta y de la circulación social que determina su vigencia o caducidad de un género (Steimberg, 2013).

Como ha señalado Fontanille (2010) el estudio de las prácticas en general y, en este caso, en los museos, en particular, implica un gran desafío metodológico en términos de acceso y observación⁹, pues su registro audiovisual, por ejemplo, implicaría su textualización y, por tal, un sesgo metodológico. Una solución podría estar dada por las propuestas metodológicas de la lingüística interaccional (Goodwin, 2018; Mondada, 2010), y por las semio-etnografías de Verón (2013) y Floch (2003).

En vistas de estudiar las prácticas de visitas a los museos, lo que nos ha interesado en estas líneas es aportar a los estudios que pretenden aplicar la noción de género a otros objetos culturales. Paralelamente, hemos ensayado un posible dialogo entre referentes de dos perspectivas centrales en los estudios semióticos: la francesa, destacando los aportes de Fontanille, Dondero y Basso y la argentina, condensada en las figuras de Traversa, Steimberg y Verón.

Notas

1. La puesta en relación de estas dos escuelas semióticas forma parte de un trabajo de investigación actual que tiene por objetivo establecer una metodología interdisciplinaria para el estudio de las prácticas de visita a los museos de arte (Rosso, 2022).

2. Entendida en su doble entrada: como circulación social de los discursos (en nuestro caso artísticos); y desfase entre sus instancias de producción y reconocimiento (Verón, 1998)

3. El dominio es definido como una serie de dispositivos institucionales que regulan el sentido de las prácticas y funciona como un principio específico en la organización y producción de textos, y en la propuesta de un régimen experiencial durante el disfrute de los objetos (Basso, 2002, p. 20).

4. Como sostiene Basso (2002, p. 43), al fin y al cabo, el propio desgarramiento del arte contemporáneo es un reflejo de la criollización de los dominios.

5. Proponemos la puesta en fase de estas nociones con la de reenvíos aceptados o negados por una práctica social ha sido trabaja por Eliseo Verón en "El cuerpo reencontrado" incluido en la *Sémiosis social I* (1998, pp. 140-155).

6. Este estilo va más allá de su estética de nostalgia postindustrial, tampoco está ligada a su localización geográfica, sino que incluye una manera de ser, una ética respecto a los modos de consumo tanto culturales como gastronómicos: lo bio, lo independiente, lo anti-Starbucks.

7. En relación con dicha afirmación, puede observarse, por ejemplo, los comentarios de los usuarios de Tripadvisor sobre los restaurantes de cualquiera de los casos analizados.

Referencias bibliográficas

- BASSO FOSSALI, P. (2002). *Il dominio dell'arte. Semiotica e teorie estetiche*. Meltemi.
- BISHOP, C. (2013). *Radical museology*. Dan Perjovschi and Koenig Books.
- DONDERO, M. G. (2022). *Downtown cafés around the world: sharing work and healthy food* [conferencia]. *Lifeworld 15th World Congress of Semiotics / IASS-AIS*, Thessaloniki, Grecia.
- GOODWIN, C. (2018). *Co-operative action*. Cambridge University Press.
- FLOCH, J. (2003). *Sémiotique, marketing et communication : sous les signes, les stratégies*. P.U.F.
- FONTANILLE, J. (2010). *L'analyse des pratiques: le cours du sens*. *Protée*, 38(2), 9-19.
- (2015). *Formes de vie*. P.U.F.
- MONDADA, L. (2010). Constitution et exploitation de corpus vidéo en linguistique interactionnelle: rendre disponibles les détails multimodaux de l'action située. *Cahiers de praxématique*, 54-55, 327-350.
- ROSSO, A. A. (2022). What Do Museum Visitors Leave Behind? The New Experience and the New Visitor in the Twenty-First Century. *What People Leave Behind. Frontiers in Sociology and Social Research*. Springer.
- (2021). #ArteContemporáneo: La arquitectura del museo de arte moderno como discursividad intermediaria. Un análisis de la promesa experiencial configurada por los edificios de Centro Pompidou, Malba, Moma y Tate Modern. *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*, 119, 133-150.
- STEIMBERG, O. (2013). *Semióticas. Las semióticas de los géneros, de los estilos, de la transposición*. Eterna Cadencia.
- VERÓN, E. (1998). *La semiosis social: fragmentos de una teoría de la discursividad*. Gedisa.
- (2013). El cuerpo como operador. En *La semiosis social, 2: Ideas, momentos, interpretantes* (pp. 335-360). Paidós.
- TRAVERSA, O. (2014) *Inflexiones del discurso: cambios y rupturas en las trayectorias del sentido*. Santiago Arcos.
- ZUNZUNEGUI, S. (2003). *Metamorfosis de la mirada: museo y semiótica*. Universitat de València.

Cenar con los romanos: el papel de la comida y el vino en el turismo experiencial* / Dining with the Romans: The Role of Food and Wine in Experiential Tourism

Luigi Virgolin ORCID 0000-0002-7500-7325

RESUMEN

Las ciudades están experimentando importantes transformaciones bajo el impulso del llamado turismo experiencial, que valora, por encima de todo, la dimensión sensorial del viaje. Partiendo de este supuesto, el artículo verifica el papel asignado por el discurso turístico a la isotopía gastronómica. A la articulación de temas y figuras de la alimentación corresponde una implicación de los sentidos del turista, en busca de experiencias auténticas garantizadas por la marca de la corporeidad. Además, el universo gastronómico representa una puerta de entrada eficaz al modo de vida local. Desde este punto de vista, es interesante investigar la relación entre el discurso gastronómico y la identidad urbana. La comunicación de la comida parece oscilar entre dos modelos de permanencia en el tiempo, entre los polos del *idem* y del *ipse*, entre el “carácter” y la “palabra dada” (Ricoeur). El caso de referencia es el de Roma, que apuesta con el Plan Estratégico de Turismo 2019-2025 por reformular las axiologías turísticas tradicionales e imaginar formas diferentes de valorizar la ciudad.

Palabras clave: turismo experiencial, discurso gastronómico, identidad urbana, temporalidad, Roma.

ABSTRACT

Cities are undergoing major transformations behind the push of so-called experiential tourism that values, above all aspects, the sensory dimension of travel. Starting from this assumption, the article verifies the role assigned by tourism discourse to gastronomic isotopy. The articulation of food themes and figures corresponds to an involvement of the tourist's senses, in search of authentic experiences guaranteed by the mark of the body. Moreover, the gastronomic universe represents an effective gateway to the local form of life. From this point of view, it is interesting to investigate the relationship between gastronomic discourse and urban identity. Food communication seems to oscillate between two models of permanence over time, between the poles of *idem* and *ipse*, between the “character” and the “promised kept” (Ricoeur). The reference case is that of Rome, which is committed with the 2019-2025 Strategic Tourism Plan to reformulating traditional tourism axiologies and giving different forms of value to the city.

Keywords: experiential tourism, gastronomic discourse, urban identity, temporality, Rome.

Luigi Virgolin, Universidad Sapienza de Roma, es doctor en Comunicación, Investigación Social y Marketing. Sus principales intereses de investigación se centran en la teoría semiótica general, el turismo, la traducción y la identidad cultural, y el espacio urbano. Es profesor adjunto de Teoría y Análisis del Discurso Periodístico en el Departamento de Comunicación e Investigación Social de la Universidad Sapienza de Roma. Trabaja en el Ayuntamiento de Bolonia, donde se encarga de proyectos de promoción de la ciudad, marketing y turismo. Ha publicado *Tourism Capital. New images of Rome, new travel models* (Meltemi, 2022) y ha editado con Isabella Pezzini *Usi e piaceri del turismo. Percorsi semiotici* (Aracne, 2020). luigi.virgolin@uniroma1.it

FECHA DE PRESENTACIÓN: 20/06/2023 FECHA DE APROBACIÓN: 08/08/2023

1. El turismo hoy: una introducción

El turismo ha representado, y sigue representando, la primera industria cultural mundial, una poderosa máquina de valorización, comunicación, intercambio y socialidad. La comunicación de los viajes construye y estabiliza identidades individuales y colectivas, sugiere simulacros y formas de vida a las que adherirse, opera traducciones entre semiosferas. En resumen, el discurso turístico configura la fisonomía de los lugares, las comunidades y los turistas, y al hacerlo redefine continuamente su lenguaje. Como fenómeno de masas en constante evolución, ofrece una perspectiva privilegiada para observar las transformaciones sociales en curso y captar las tendencias futuras. En palabras del antropólogo y semiólogo Jean-Didier Urbain (1991, p. 17): “Entender al turista, después de todo, es entenderse a uno mismo”.

Entre las diversas declinaciones con las que el turismo contemporáneo desplaza y construye sistemas de valores, destaca, a veces de forma explícita y programática, el llamado turismo *experiential*. Se trata de una tendencia de consumo que investiga la identidad de la comunidad local y la dimensión somática del visitante. En relación con esta tendencia, la comida representa un recurso de primer orden y un depósito de significados por explorar. Esta contribución investiga, a través del análisis de textos que promocionan el turismo en Roma, qué papel desempeña la comunicación de la comida y como contribuye a construir la subjetividad semiótica de la ciudad.

2. Historia y contexto del turismo experiencial

Al investigar el fenómeno turístico, las ciencias sociales han ido desplazando su atención hacia los aspectos subjetivos e intangibles, hacia la dimensión del viaje como un tiempo funcional a la construcción del yo y, por último, hacia el concepto de experiencia. Los estudios sociológicos (Cohen, 1979, 1988; Urry, 1990; Bauman, 1996), la antropología y la etnología (Urbain, 1991; Simonicca, 1997; Augé, 1997; Aime y Papotti, 2012), la sociología del consumo y del ocio (Minardi, 2003; Fabris, 2004; Abruzzese, 2011; Michaud, 2012; Codeluppi, 2014) y, por supuesto, la sociología del turismo (Barberis, 1979; Costa, 1989; Savelli, 1989; Savelli, 2004; Corvo, 2003; Stroppa, 2006) apuntan en esta dirección. Más allá de las diferencias entre las posiciones teóricas, se ha impuesto un cambio de perspectiva sobre el objeto de análisis, entendido cada vez menos como tiempo libre, o como modo de existencia alternativo y compensatorio respecto al tiempo de trabajo, y cada vez más como tiempo constitutivo de nuestro estar en el mundo. Este cambio se manifiesta con el trabajo de Dumazedier (1962) que da una relevancia hasta entonces desconocida al *loisir* (tiempo libre) y con el de MacCannell (1976) que eleva el turismo a motor y modelo de la búsqueda de autenticidad en la experiencia social.

Para comprender las transformaciones axiológicas que se están produciendo en las formas más recientes de valorización de la experiencia turística, hay que tener en cuenta, en primer lugar, el cambio de las condiciones de las posibilidades de viajar. Por primera vez, la nuestra es la época en que el tiempo libre de que dispone el individuo es superior al tiempo de trabajo, con la consiguiente revalorización cuantitativa y cualitativa del tiempo (Dumazedier, 1974). En segundo lugar, la reducción de los costes de los viajes – pensemos en la popularidad de las compañías aéreas de *low cost* (bajo coste) – junto con el auge de la *sharing economy* (economía colaborativa) en el sector de la movilidad y el alojamiento, que ha multiplicado y diversificado la oferta, han contribuido a un aumento exponencial de la accesibilidad a todos los rincones del planeta: cualquier lugar se ha convertido en un lugar al alcance de la mano y de la cartera. Estos cambios han propiciado la democratización del ocio, la transformación social del trabajo y la extensión del ocio a toda la sociedad.

En un marco socioeconómico de este tipo, resulta pertinente la distinción entre lugar turístico *vs* destino turístico (Finocchi, 2020), o sea entre la posibilidad objetiva de llegar a un determinado sitio (lugar turístico) y el viaje motivado por un deseo subjetivo (destino turístico). En otras palabras, si viajar se ha convertido en una práctica al alcance de todos, en todas partes y en todo momento, lo que marca la diferencia y está cargado de significado es el valor emocional asociado al viaje.

En la intersección de los valores simbólicos y económicos, los bienes asociados a la cadena de suministro de las industrias culturales y creativas de un territorio encuentran un nuevo espacio de mercado para remodelar la relación entre producción y consumo (Pasquinelli, 2017). Baste pensar, por poner un ejemplo en el ámbito enogastronómico aquí

tratado, en la relevancia que asume el proceso de producción y transformación de los productos típicos en las estrategias de promoción de las ciudades (Giannitrapani, 2021).

También hay que reconocer que el fenómeno experiencial del turismo forma parte de una transformación más amplia del comportamiento del consumidor *tout court*. John F. Sherry, al presentar para el lector inglés la semiótica del marketing de Jean-Marie Floch (2001), subraya como la economía contemporánea es a todos los efectos una economía experiencial en la que el significado simbólico de la mercancía prevalece progresivamente sobre sus características funcionales. La referencia teórica es el llamado “marketing experiencial” (Pine y Gilmore, 1999), una tendencia de mercado que no se limita a vender un simple producto sino una experiencia de compra única e inimitable y que dirige programáticamente su atención al cliente, implicándolo directamente en la fruición o experiencia de consumo (Schmitt, 1999). En consecuencia, los estudios que abordan la experiencia turística desde una perspectiva económica investigan precisamente la relación entre el turismo y la “economía de la experiencia” (Di Vittorio, 2010; Pencarelli y Forlani, 2011).

3. El paradigma del turismo experiencial

Si tuviéramos que resumir, en términos paradigmáticos, en qué consiste la fisonomía del turismo experiencial, podríamos rastrear la variedad de sus manifestaciones en dos aspectos invariables: la tensión por parte del sujeto-turista hacia la otra forma de vida, alimentada por el deseo de compenetrarse y fundirse con la identidad local; la importancia de la esfera de la sensorialidad, que cuestiona nuevos procedimientos de autenticación de la experiencia turística. Veamos de qué se trata.

Por un lado, el turismo experiencial presupone un participante que privilegia el papel de actor actuante sobre el de observador. Su protagonista es el viajero que no desea simplemente relajarse y descansar de la rutina diaria, sino vivir experiencias por definición únicas, practicar deportes y aprender oficios, socializar y conocer gente con gustos e intereses similares a los suyos. Pero hay algo más que una predisposición genérica a la acción: querer llegar al corazón de la cultura y la vida cotidiana del destino, cultivar el placer de sumergirse en la vida local y en todo lo que puede representar el *genius loci*.

En cuanto al segundo aspecto, entre rutas gustativas y momentos de taller, senderismo y exploración urbana, en la oferta experiencial sensorial asistimos a una renovada centralidad de la dimensión somática del sujeto. Desde este punto de vista, la dimensión somática representa una superación, o al menos un redimensionamiento, de la primacía de lo visual atestiguada por el célebre trabajo de John Urry (1990) sobre la “mirada del turista”. En la perspectiva del sociólogo, recordemos, el papel de la mirada y, más en general, del consumo visual se ha impuesto como modelo dominante en el turismo, es decir, en la legitimación cultural y estética de los territorios. Pero es precisamente esta “economía visual de los signos” (Urry, 2003, p. 154) la que está siendo cuestionada por el llamado “turismo corporizado” (Franklin y Crang, 2001), es decir,

experiencias turísticas-performativas impregnadas de gusto, tacto, olfato, sonido, cinestesia (Waterton y Watson, 2014). El giro performativo (Gemini, 2008; Rabbiosi, 2018) dentro de las ciencias sociales desplaza el foco del papel de la vista al de los otros sentidos, más allá del “oculocentrismo” dominante. Y no sólo eso, porque otorga a los sentidos una significación adicional. Ugo Volli, a propósito de la producción de una experiencia de calidad e intensidad particulares en la percepción del turista, habla de una hiperexperiencia artificial, es decir, “una experiencia lubricada, facilitada por la ausencia de los costes físicos y psicológicos que le habrían estado naturalmente asociados: fatiga, dolor, hambre, miedo” (Volli, 2003, p. 42). Si por una parte la práctica del turismo consiste en una “construcción semiótica de la experiencia” (Volli, 2003, p. 43), es decir, en una actividad mediada y modelada por un discurso social preciso, por otra parte surge la sensación de que esos mismos “costes”, antes narcotizados y expulsados, están ahora plenamente incluidos en la sustancia misma del viaje, o más bien representan de algún modo su marca verídica de autenticidad.

Por lo tanto estas dos dimensiones, el encuentro de fusión con el otro y la relevancia del cuerpo, están fuertemente entrelazadas en las propuestas de turismo experiencial. Desde el punto de vista del Programa Narrativo, es decir, del conjunto de acontecimientos que orientan las intenciones del sujeto, el principal programa de acción del visitante es la conjunción con la forma de vida local. Subordinado a éste está el programa narrativo de uso que despliega, a través de la implicación somática del sujeto, actividades con el aparato sensorial más rico y articulado.

4. Roma y la comida: ¿Qué identidad?

Con respecto a las coordenadas de sentido trazadas por el paradigma experiencial, parece interesante comprobar el papel asignado a la isotopía gastronómica por el discurso turístico. En efecto, el mundo de la alimentación, con su variada enciclopedia de sabores y sabores, por un lado plantea cuestiones relacionadas con la identidad, la cultura y las tradiciones locales, y por otro ejerce su propia vocación somática con el paladar y en el gusto.

A este respecto, conviene recordar algunas exploraciones semióticas recientes sobre el enoturismo (Couégnas, 2020), un fenómeno de mercado en rápido crecimiento especialmente en países con una fuerte tradición vitivinícola como Francia e Italia, y sobre las escuelas de cocina (Puca, 2020), que representan un segmento en el ámbito más general y variado del turismo gastronómico. Se trata de propuestas experienciales diferentes pero unidas por el deseo del sujeto de adherirse al estilo de vida local a través de la oferta sensorial que presenta el paisaje natural o las costumbres culturales.

Para comprobar las relaciones entre la comida y el discurso turístico contemporáneo me remito al caso de Roma por dos razones. La primera, de carácter general, porque tradicionalmente la isotopía gastronómica siempre ha estado poco integrada en las estrategias de promoción de la ciudad, por lo que la aparición de nuevos significados es

más relevante. A esto se añade un motivo más de interés debido a que en los últimos años el Ayuntamiento de Roma ha puesto en marcha el Plan Estratégico de Turismo 2019-2025 para reformular y reprogramar las formas de consumo que se avecinan en el sector turístico. El objetivo del Plan Estratégico es transmitir la imagen de una ciudad dinámica, viva y con una rica oferta de actividades, superando la oferta estática del pasado fuertemente centrada en la monumentalidad y el patrimonio artístico e histórico-arqueológico.

Así pues, me referiré a la textualidad producida por el discurso turístico romano, concretamente la comunicación social y los videoclips promocionales. Ya se trate de un producto de la naturaleza y el territorio, o de platos fruto del trabajo y la sabiduría humanos, el vínculo entre la comida y la ciudad adquiere dos posibles inversiones semánticas.

4.1 Primera vía: la permanencia de lo idéntico

Existe una correlación sistemática entre los sabores locales y la romanidad, ósea entre los sabores y la identidad más profunda de la ciudad. El tema gastronómico dentro del discurso turístico nunca es autorreferencial y un fin en sí mismo, sino que se suelda con la tradición, condensada en la anécdota y la historia romana antigua o en costumbres aún vivas y arraigadas. El saber que circula entre los textos no tiene tanto una finalidad pragmática – el *saber-hacer* de la receta – sino que es, si acaso, un saber más general de orden cognitivo que fomenta la identificación en la romanidad, con implicaciones incluso patemáticas, como ilustra el filete de bacalao:

En Roma, el filetto di baccalà, junto con el supplì y la pizza al taglio, es una de las comidas callejeras más populares: este manjar rebozado (agua, levadura y harina), también servido como entremés, *gusta mucho* a los Romanos y turistas en busca de la bondad local. (IG, Turismoromaweb, 2/3/2020)

El vínculo de la ciudad con la mesa se expresa en referencias históricas al origen de un plato, a sus características, a las ocasiones en que se prepara y se consume. Un vínculo a menudo relacionado para *débrayage* con dichos populares o con citas de personajes célebres, *auctoritas* que refuerzan la relación entre la cocina local y el genuino espíritu de la ciudad, como en esta apología del brécol de Plinio el Viejo:

¿Sabías que el brócoli ya era muy apreciado por los antiguos romanos, entre otras cosas como “receta secreta” contra las secuelas de borracheras? No es casualidad que Plinio el Viejo afirmara que gracias a la col, los romanos habían evitado las curas de los odiados médicos griegos. (IG, Turismoromaweb, 30/12/2019)

O en la oda de Belli a la alcachofa y su relevancia en la cultura judía:

“No hay príncipe ni rey, cristiano o no, que no coma alcachofas a la judía”, G.G. Belli. Este es el plato que más simboliza los fuertes lazos que unen la ciudad de Roma con el barrio judío. (FB, Turismo Roma - página oficial, 20/1/2020)

Que la instancia enunciativa haga uso del dialecto romano es una marca más, de carácter lingüístico, de autenticidad para resaltar el alma de la Roma popular y folclórica. Así, un testimonio como el de Sora Lella¹ pronuncia su aval personal para el Pollo con i Peperoni cocinado con motivo del puente de agosto: “Si Napoleone veniva a Roma, se magnava er pollo che je facevo io” (“Si Napoleón viniera a Roma, se comería el pollo que le preparé”; IG, Turismoromaweb, 12/8/2019). El discurso gastronómico se revela así como una puerta privilegiada para captar la cara más auténtica de la ciudad, una invitación dirigida a la sensibilidad del turista para que se quite la ropa de viaje y se ponga la más deseable del habitante, único depositario del profundo conocimiento que la ciudad ha expresado y sigue expresando a través de sus sabores.

Encuentra aquí un eco la praxis enunciativa culinaria organizada según una lógica temporal que Francesco Mangiapane (2013) ya había asignado a la cocina tradicional, cuyos alimentos resisten a la historia y se mantienen en el tiempo a pesar de los gustos cambiantes y la sucesión de generaciones, en oposición a una lógica espacial que da valor a la mesa en base a su capacidad de reunir excelencias alimentarias de lugares lejanos y que es característica de la mesa burguesa.

4.2 Segunda vía: la variabilidad de lo diferente

Por otra parte, la isotopía gastronómica se caracteriza por la estacionalidad, enriquecida con información sobre los ingredientes, su frescura y sus propiedades. La *vignarola* resume la llegada de la primavera a la mesa porque contiene “todos los primeros frutos de esta estación” (IG, Turismoromaweb, 13/4/2020), mientras que la presentación del *fragolino* como licor tradicional del Lacio coincide con una llamada muy precisa “¡Es tiempo de fresas silvestres!” (IG, Turismoromaweb, 11/5/2020).

El consumo de determinados platos es especialmente apropiado para festividades y días festivos, como en el caso de *fave dei morti* para el Día de Todos los Santos, el *pangiallo romano* para el solsticio de invierno, el *baccalà* en Nochebuena y el *fave e pecorino* para el 1 de Mayo. Las *frappe*, por ejemplo, está en sintonía con el Carnaval y los eventos de la ciudad inspirados en él: “Si estás en Roma estos días, no te pierdas las numerosas actividades del Carnaval romano y, por supuesto, los dulces típicos de la tracción: las *frappe*” (IG, 17/2/2020). La insistencia con que la isotopía gastronómica pone el acento en la expectación puntual contribuye a restablecer una periodización dinámica de la vida ciudadana modulada sobre la ocasión concomitante, el tiempo rítmico del calendario, la circunstancia episódica.

Este segundo régimen de significación emerge aún más claramente en el videoclip “Roma food and wine”², que forma parte de un corpus con una fisonomía coherente, referible al mismo universo narrativo y modelado por las mismas soluciones expresivas. El paquete de vídeos promocionales traduce visual y programáticamente las nuevas formas de valorización del Plan Estratégico que imaginan una ciudad dinámica, atractiva por diversas razones no estrictamente turísticas, por descubrir y apreciar más allá de sus

“monumentos-logos” (Pezzini, 2006) y a lo largo de todo el año³. En el clip en cuestión la comida está en el centro de la representación desde la primera hasta la última secuencia.

Lo relevante es que las múltiples imágenes que componen la semiosfera gastronómica pertenecen a la cotidianidad de la vida, no a la excepcionalidad reservada a la visita turística. El desayuno en el café, la comida callejera, la compra en el mercado, el aperitivo, la comida o la cena fuera de casa son la vara de medir que escanea toda la extensión de la jornada ordinaria, impregnada de prácticas relacionadas con la comida. Además, la representación de la comida como hecho social parece pertinente para la estrategia global: su capital simbólico no reside en presentarse como un producto-souvenir que se colecciona o se consume individualmente, sino en el hecho de compartir el estar juntos, que se expresa en la ritualidad del aperitivo, en la cordialidad de una reunión con amigos, en las negociaciones entre los puestos del mercado, en la etiqueta formal de un almuerzo de trabajo. Para resumir el rasgo semántico de /comunidad/, la figura de las copas alzadas aparece varias veces.

4.3 La identidad relacional de la ciudad

El doble tratamiento en el plano temporal que experimenta la ciudad a través de la comunicación de los alimentos, oscilando entre la coagulación de lo idéntico y la explosión de la ocasionalidad, puede compararse en cierto modo a la cuestión de la identidad para Paul Ricoeur (2006). En la reflexión del filósofo francés, el problema de la identidad personal se articula en la dialéctica entre dos términos: la identidad como *mismidad* (latín *idem*) y la identidad como *ipseidad* (latín *ipse*); por un lado el conjunto de invariantes relacionales a partir de las cuales, por sedimentación, se reconoce a una persona-*idem*; por otro, la serie de identificaciones adquiridas, motivadas por preferencias valorativas, a través de las cuales la alteridad entra, por innovación, a formar parte de la persona-*ipse*. Asumir la dimensión temporal de la existencia humana sugiere así al filósofo dos modelos de permanencia en el tiempo: el “carácter” y la “palabra dada”:

Al hablar de nosotros mismos, disponemos, de hecho, de dos modelos de permanencia en el tiempo que resumo en dos términos a la vez descriptivos y emblemáticos: el *carácter* y la *palabra dada*. En uno y en otro reconocemos de buen grado una permanencia que decimos ser de nosotros mismos. Mi hipótesis es que la polaridad de estos dos modelos de permanencia de la persona es el resultado de que la permanencia del carácter expresa la casi completa ocultación mutua de la problemática del *idem* y de la del *ipse*, mientras que la fidelidad a sí en el mantener la palabra dada marca la distancia extrema entre la permanencia del sí y la del mismo, atestiguando, por tanto, plenamente la mutua irreductibilidad de las dos problemáticas. Me apresuro a completar mi hipótesis: la polaridad que voy a escudriñar sugiere una intervención de la identidad narrativa en la constitución conceptual de la identidad personal, a modo de un término medio específico entre el polo del carácter, en el que *idem* e *ipse* tienden a coincidir, y el polo del mantenimiento de sí, donde la ipseidad se libera de la mismidad. (Ricoeur, 2006, pp. 112-113)

La noción de identidad narrativa formulada por Ricoeur, como instancia mediadora entre los dos polos de la mismidad y la ipseidad o incluso “síntesis de lo heterogéneo”,

será retomada por Jean-Marie Floch (1995) que la utilizará en la exploración de sus identidades visuales.

Si transponemos la relación de oposición a escala urbana, la imagen de la ciudad toma forma y se negocia entre la ciudad para sus habitantes (*idem*), una comunidad local que encuentra su fundamento y su razón de ser en la continuidad histórica, y el destino turístico (*ipse*), que se construye en función de la mirada global y de la expectativa de los demás. Ahora podemos resumir los significados que conlleva la isotopía gastronómica y que conforman la identidad relacional de la ciudad:

Idem	Ipse
Tradición	Contemporaneidad
Durabilidad	Puntualidad
Típico	Estacional
Hacer cognitivo	Hacer pragmático/estético
Estático	Dinámico
Estructura	Evento
Necesidad	Contingencia

TABLA 1. Los significados de la comida en la identidad urbana

En la definición de la identidad urbana, la comunicación alimentaria se sitúa entre los polos del *idem* y del *ipse*, entre el “carácter” y la “palabra dada”. Por una parte, se hunde firmemente en la tradición y remite al pasado condensado en la anécdota, el conocimiento histórico, el *saber-hacer* de las recetas y las costumbres socialmente atestigüadas. La isotopía enogastronómica se solapa entonces con la identidad cristalizada de la ciudad y su modo de vida local. Por otra parte, en la búsqueda de platos e ingredientes de temporada, citas cotidianas con el gusto, experiencias sancionadas por la marca de la sensorialidad, la comunicación de la comida formula la promesa de participar en la *fiesta móvil*. La identidad de la ciudad permanece entonces mutable en el tiempo, la dimensión cognitiva deja paso al abandono estético.

5. Conclusiones

La isotopía de la comida resulta funcional para desarrollar y manifestar, tanto en el plano verbal como en el figurativo, las transformaciones axiológicas que emergen en el ámbito del discurso turístico más reciente. En particular, el análisis de la textualidad producida por el discurso turístico de la ciudad de Roma permite poner de relieve las valoraciones más significativas que la comida introduce en el consumo de la ciudad.

Con respecto a las instancias generales formuladas por el turismo experiencial, la articulación de temas y figuras de la alimentación corresponde a una implicación

significativa de la esfera de la sensorialidad del turista, en busca de experiencias auténticas garantizadas por la marca de la corporeidad. Además, el universo gastronómico representa una eficaz puerta de entrada a la identidad y el modo de vida locales, que en el caso de la romanidad encuentra expresión en la vida cotidiana y la socialidad de sus habitantes.

La isotopía gastronómica es funcional a un discurso sobre la ciudad articulado en la oposición entre el aspecto perdurable de la ciudad eterna y el aspecto puntual de una Roma dinámica y viva. En busca de platos típicos e ingredientes de temporada, durante una jornada salpicada de citas con el sabor, por un momento podemos saborear la experiencia del presente a la sombra de la eternidad. La comunicación de la comida contribuye a construir la subjetividad semiótica de la ciudad, a caballo entre un pasado codificado y un presente abierto al futuro, un rostro milenar que se muestra con puntualidad. A la mesa!

Notas

1. Elena Fabrizi (1915-1993), conocida por el seudónimo de Sora Lella, hermana del actor Aldo Fabrizi, fue actriz y restauradora, encarnando uno de los rostros más conocidos de la vida romana.
2. www.youtube.com/watch?v=NC1ff_RRVzQ.
3. Para un análisis del vídeo principal "Roma te espera", véase Virgolin (2020).

Referencias bibliográficas

- ABRUZZESE, A.** (2011). *Il viaggio (in) finito: saggi sulla moda e sul turismo*. Università Bocconi-EGEA.
- AIME, M. Y PAPOTTI, D.** (2012). *L'altro e l'altrove. Antropologia, geografia, turismo*. Einaudi.
- AUGÉ, M.** (1997). *L'impossible voyage. Le tourisme et ses images*. Payot & Rivages.
- BARBERIS, C.** (1979). *Per una sociologia del turismo*. FrancoAngeli.
- BAUMAN, Z.** (1996). From Pilgrim to Tourist. En S. Hall y P. du Gay (Eds.), *Question of Cultural Identity*. Sage.
- CODELUPPI, V.** (2014). *Metropoli e luoghi del consumo*. Mimesis.
- COHEN, E.** (1979). A phenomenology of tourist experience. *Sociology*, 13(2), 179-201.
- (1988). Authenticity and commoditization in tourism. *Annals of tourism research*, 15(3), 371-386.
- CORVO, P.** (2003). *I mondi nella valigia. Introduzione alla sociologia del turismo*. Vita e Pensiero.
- COSTA, N.** (1989). *Sociologia del turismo. Interazioni e identità nel tempo libero*. Cooperativa libreria IULM.
- COUÉGNAS, N.** (2020). Esthésies du tourisme. Une mise en perspective sémiotique de l'oénotourisme. En L. Virgolin y I. Pezzini (Eds.), *Usi e piaceri del turismo. Percorsi semiotici* (pp. 77-91). Aracne.
- DI VITTORIO, A.** (2010). Le prospettive del turismo "esperienziale" nel contesto dell'economia italiana. *Economia italiana*, 2, 523-553.
- DUMAZEDIER, J.** (1962). *Vers une civilisation du loisir?* Seuil.
- (1974). *Sociologie empirique du loisir. Critique et contre-critique de la civilisation du loisir*. Seuil.

- FABRIS, G.** (2004). *Il nuovo consumatore: verso il postmoderno*. FrancoAngeli.
- FINOCCHI, R.** (2020). Fare turismo. Pratiche e pertinenze. En L. Virgolin y I. Pezzini (Eds.), *Usi e piaceri del turismo. Percorsi semiotici* (pp. 57-75). Aracne.
- FLOCH, J.-M.** (1995). *Identités visuelles*. PUF.
- (2001). *Semiotics, marketing and communication: beneath the signs, the strategies*. Palgrave. Prefacio de John F. Sherry, Jr.
- FRANKLIN, A. Y CRANG, M.** (2001). The trouble with tourism and travel theory? *Tourist Studies*, 1(1), 5-22.
- GEMINI, L.** (2008). *In viaggio. Immaginario, comunicazione e pratiche del turismo contemporaneo*. FrancoAngeli.
- GIANNITRAPANI, A.** (Ed.). (2021). *Foodscares: cibo in città*. Mimesis.
- MACCANNELL, D.** (1976). *The tourist. A new theory of the leisure class*. Schocken Books.
- MANGIAPANE, F.** (2013). Il pranzo di Babele. Misunderstanding nel Pranzo di Babette. En D. Mangano y G. Marrone (Eds.), *Dietetica e semiotica. Regimi di senso* (pp. 227-259). Mimesis.
- MINARDI, E.** (2003). *Percorsi nella società del loisir*. Homeless book.
- MICHAUD, Y.** (2012). *Ibiza mon amour. Enquête sur l'industrialisation du plaisir*. Nil éditions.
- PASQUINELLI, C.** (2017). Tourism connectivity and spatial complexity. A widening bi-dimensional arena of urban tourism research. En N. Bellini y C. Pasquinelli (Eds.), *Tourism in the city. Towards an integrative agenda on urban tourism* (pp. 29-50). Springer.
- Pencarelli, T. y Forlani, F. (2011). Il marketing dei distretti turistici – sistemi vitali nell'economia delle esperienze. *Sinergie*, 58(2), 231-277.
- PEZZINI, I.** (2006). Visioni di città e monumenti-logo. En G. Marrone e I. Pezzini (Eds.), *Senso e metropoli. Per una semiotica posturbana* (pp. 39-51). Meltemi.
- PINE, J. B. Y GILMORE, J. H.** (1999). *The Experience Economy: Work Is Theater & Every Business a Stage*. Harvard Business School Press.
- PUCA, D.** (2020). Costruzione della Sicilian Experience. Il caso di Anna Tasca Lanza Cooking School. En L. Virgolin y I. Pezzini (Eds.), *Usi e piaceri del turismo. Percorsi semiotici* (pp. 93-116). Aracne.
- RABBIOSI, C.** (2018). *Il territorio messo in scena. Turismo, consumi e luoghi*. Mimesis.
- RICOEUR, P.** (2006). *Sí mismo como otro*. Siglo XXI de España Editores. (Trabajo original publicado en 1990)
- SAVELLI, A.** (1989). *Sociologia del turismo*. FrancoAngeli.
- SAVELLI, A.** (Ed.). (2004). *Città, turismo e comunicazione globale*. FrancoAngeli.
- SCHMITT, B. H.** (1999). *Experimental Marketing: How to get Customers to Sense, Feel, Think, Act and Relate to Your Company and Brands*. The Free Press.
- SIMONICCA, A.** (1997). *Antropologia del turismo: strategie di ricerca e contesti etnografici*. Carocci.
- STROPPA, C.** (2006). *Il turismo tra illusione e realtà*. Edizioni Scientifiche Italiane.
- URBAIN, J.-D.** (1991). *L'idiot du voyage. Histories de touristes*. Plon.
- URRY, J.** (1990). *The Tourist Gaze. Leisure and Travel in Contemporary Societies*. Sage.
- (2003). I turisti 'consumano' i luoghi?. En R. Bonadei y U. Volli (Eds.), *Lo sguardo del turista e il racconto dei luoghi* (pp. 147-155). FrancoAngeli.
- VIRGOLIN, L.** (2020). L'immagine della città nelle strategie enunciative del discorso turistico: il caso di FUTOUROMA. *E/C*, XIV, 30, 441-449.
- VOLLI, U.** (2003). Svago, sguardo, iper-esperienze. En R. Bonadei y U. Volli (Eds.), *Lo sguardo del turista e il racconto dei luoghi* (pp. 29-44). FrancoAngeli.
- WATERTON, E. Y WATSON, S.** (2014). *The Semiotics of Heritage Tourism*. Channel View.

El gusto mediado por la inteligencia artificial / Taste Mediated by Artificial Intelligence

Karina Abdala ORCID 0009-0006-7603-8031

RESUMEN

Este artículo presenta una nueva perspectiva con respecto a las cuestiones del gusto y su experiencia. Actualmente existen diferentes estudios sobre la experiencia gustativa y la integración entre lo social - sugestivo. Propongo pensar al gusto como un factor sinestésico tal como menciona Bianciardi (2011), lo cual implica un sentido que involucra a los otros simultáneamente. La novedad de este artículo es analizar qué sucede con dicha experiencia cuando es mediada por la inteligencia artificial. Con respecto a la inteligencia artificial, presentaré las principales problemáticas de su utilización. A su vez, analizaré casos de estudio donde se empieza a utilizar esta herramienta en la gastronomía. La aplicación *Flavor Graph* que con una *database*, puede generar nuevas recetas y la utilización de agentes con inteligencia artificial para detectar el sabor de la cerveza basándose en parámetros visivos. Para concluir, propongo una reflexión del sentido y el significado de la experiencia gustativa cuando es mediada por la inteligencia artificial.

Palabras clave: gusto, inteligencia artificial, database, sentido, experiencia.

ABSTRACT

This article presents a new perspective on the issues of taste and taste experience. Currently there are different studies on taste experience and the integration between the social - suggestive. I propose to think of taste as a synaesthetic factor as mentioned by Bianciardi (2011), which implies a sense that involves others simultaneously. The novelty of this article is to analyse what happens to such experience when it is mediated by artificial intelligence. With regard to artificial intelligence, I will present the main problems of its use. At the same time, I will analyse case studies where this tool is starting to be used in gastronomy. The *Flavor Graph* application, which can generate new recipes with a *database*, and the use of artificial intelligence agents to detect the taste of beer based on visual parameters. To conclude, I propose a reflection on the sense and meaning of the taste experience when it is mediated by artificial intelligence.

Keywords: taste, artificial intelligence, database, sense, experience.

Karina Abdala Università degli Studi di Torino y Université de Lille. Estudiante de doctorado de semiótica y ciencias de la información y comunicación por ambas universidades. Su investigación se centra en comprender los cambios en el sentido y el significado de la experiencia del gusto y la inteligencia artificial. Ganadora de la beca MOBILLEX que financia la estadía en co-tutela por la Université de Lille, para realizar su parte práctica de la investigación doctoral. Sus publicaciones se centran en la identidad y representación de la gastronomía en los medios de comunicación. E-mail de contacto: karinaastrid.abdalamoreira@unito.it

FECHA DE PRESENTACIÓN: 20/06/2023 FECHA DE APROBACIÓN: 08/08/2023

1. Introducción

Existen diferentes autores que analizaron las cuestiones que se encuentran dentro de la definición del gusto tales como: Bianciardi (2011), Marrone (2013, 2022), Perullo (2010), Stano (2020). Dichas investigaciones son la base para comprender el significado y el sentido de la experiencia gustativa mediada por la inteligencia artificial (de aquí en adelante IA). Este artículo aborda esta temática desde un análisis semiótico con una metodología cualitativa porque presenta casos de análisis donde actualmente se está utilizando la IA en el ámbito gastronómico.

Divido el artículo en tres partes, en la primera se analiza todas las cuestiones y problemáticas que focalizan la definición del gusto y su condición sinestésica; en la segunda parte planteo las cuestiones sobre la definición de la IA y las problemáticas que implica el uso de la misma. A su vez, en esta segunda parte, también presentaré los casos de estudio y enfatizaré en la dicotomía que se presenta entre la máquina y el cuerpo de los seres humanos, puesto que se tiende a antropomorfizar a la IA.

En lo que respecta a los casos de estudio, considero cómo se presenta la utilización de la IA en el ámbito gastronómico mediante los medios de comunicación. Para llevar a cabo el análisis social de este fenómeno tomo en consideración los discursos mediáticos, puesto que es allí donde se puede observar el nivel social de esta nueva forma de creación gustativa mediada por la IA.

En la tercera y última parte me centraré en las conclusiones de los casos de análisis con la finalidad de comprender si existen o no, cambios en la experiencia gustativa tanto a nivel social como sugestivo gracias a la utilización de la IA.

Con respecto a la metodología, la misma se basa en la semiótica triádica de Peirce, puesto que me permite comprender el fenómeno de la experiencia gustativa como

una continuidad entre el aspecto social e individual del gusto. Entiendo a su vez, que dicha teoría logra explicar el proceso que cada individuo pasa al momento de realizar una degustación, lo cual desarrollaré a lo largo del artículo.

2. Experiencia gustativa

Según Bianciardi (2011) el gusto es uno de los sentidos más complejos debido a que cuando se lo menciona siempre se debe tener en consideración los demás sentidos. Esto implica la característica sinestésica del mismo, pero a su vez, el gusto refiere a diversos factores donde se debe considerar, la parte subjetiva y la parte social del mismo. Como menciona Bianciardi (2011):

La matriz de inicio de cada forma de «gusto» reside en la degustación de los sabores alimenticios: en su significado original, el gusto se presenta ante todo como una capacidad de discernir los sabores específicos de los alimentos, lo cual implica la preferencia por algunos de ellos. (Bianciardi, 2011, p. 31)¹

Con esta mención del autor podemos pensar en esa unión entre las cuestiones más subjetivas del gusto y la parte social del mismo. Si tomamos en consideración el análisis semiótico de la experiencia realizado por Charles Sanders Peirce, podemos pensar en ambos aspectos como integrados. Primero aparecería la *Primeridad* (CP 1.302)² donde surgen las sensaciones que el objeto genera al sujeto, las sensaciones pueden aparecer antes del momento de la degustación del alimento, por ejemplo, cuando se comienza a sentir el olor o el sonido que produce el objeto alimenticio al momento de su cocción. Esto demuestra la multisensorialidad que se debe tener en cuenta al momento del análisis del gusto. De acuerdo con Peirce la *Primeridad* implica que “la libertad sólo puede manifestarse en la variedad y multiplicidad ilimitadas e incontroladas; y así la primera se hace predominante en las ideas de variedad y multiplicidad ilimitadas. Es la idea rectora de la ‘variedad de sentidos’” (CP1.302). Es allí que podemos comprender la multiplicidad de sentidos generados en el momento previo a la degustación de un plato. El siguiente pasaje dentro de la degustación implica lo que Peirce denomina como *Segundidad* (CP 1.325), donde cada sensación que surge está completamente sujeta al objeto que se degusta. Por último, aparece lo que Peirce denomina como *Terceridad* (CP 1.26) que implica una tendencia en el futuro de los eventos, y sobre todo una ley o norma que permite discernir a los sujetos sobre la clasificación de los elementos que conoce. En este caso en particular, como menciona Bianciardi (2011, p. 31) se refiere a la capacidad de distinguir los sabores de los alimentos degustados. Por supuesto, este elemento de la *Terceridad*, refiere a lo simbólico, y por lo tanto a lo social. Con este elemento podemos marcar la continuidad existente entre los componentes sociales y subjetivos que se producen al momento de la degustación de la comida. A su vez, la preferencia por algunos sabores que Bianciardi (2011) expresa cambian según la cultura de cada sujeto que prueba diferentes platos. Además, si tomamos en cuenta una perspectiva sociológica de la degustación, como ha demostrado Bourdieu (2010) los

factores que determinan las preferencias de los individuos por cierta aceptación van unida a la concepción de *campo simbólico*. Por lo tanto, en cada cultura existen ciertos parámetros que consideran diferentes sabores como correctos o no, y que, a su vez, generan un estatus quo como por ejemplo, en las sociedades latinoamericanas comer caviar se asocia a un alto poder adquisitivo, económico y cultural. Debido al costo de este tipo de alimentos en esas zonas geográficas, se menciona la adaptación del paladar predispuesto a reconocer como bueno alimentos unidos a parámetros sociales. Estos factores deben ser considerados al momento de analizar la experiencia gustativa.

En cuanto al concepto de experiencia tomo como base la concepción de Peirce, donde se menciona que la misma inicia con la percepción de los sentidos (CP 1.335) pero que no atañe solamente a esto, sino que también implica la memoria del sujeto, cuando existe una repetición de un acto (CP 1.146). Por lo tanto, en una experiencia existe una continuidad entre la percepción de los sentidos al momento de la degustación de la comida y la memoria del sujeto que aparece, puesto que mayoritariamente un gusto retrotrae a un elemento previamente degustado. A su vez, es allí donde entra en el centro el aspecto cultural y social porque depende de la cultura donde está inmerso el sujeto las posibilidades de ingredientes o recetas que puede llegar a degustar y reconocer.

2.1 Hacia una definición del gusto

Para poder desarrollar una definición del gusto es necesario tomar en consideración los estudios de los autores mencionados al inicio de este artículo. Marrone (2013, 2022) por ejemplo, enfatiza su trabajo en los niveles que existen en el gusto, y en construir una semiótica del gusto con la teoría de análisis greimasiana, donde el autor marca la distinción entre lo gustoso y el sabor. Según Marrone (2013) el sabor sería:

La sede de los “razonamientos” sensoriales por derecho propio, que opera mediante procesos perceptivos ya no vinculados a esquemas cognitivos previos sino, si acaso, a una apropiación directa de las cualidades sensoriales inherentes a las sustancias gastronómicas – relacionadas entre sí por contrastes sintagmáticos o referencias paradigmáticas, y en relación con contenidos específicos gracias a sistemas semi-simbólicos. (Marrone, 2013, p. 119)

A su vez, Marrone (2022) sostiene que siempre en el proceso gustativo se pasa del gusto al sabor. En un primer momento se asocia el valor del gusto y luego aparece el esquema cognitivo, parte del proceso sensorial que surge con el sabor. Es en este sentido que se muestra lo mencionado por Cid Jurado (2011, p. 170), donde se sostiene que lo culinario forma parte de un hecho cultural. Según Cid Jurado “la semiosis culinaria es el resultado de la activación de esquemas cognitivos sobre los cuales se centra la información perceptiva que decide de antemano lo que puede ser considerado un manjar o bien su opuesto” (2011, p. 171).

Por su parte, Perullo (2010) para brindar una definición del gusto se centra en las cuestiones filosóficas que atañen a lo estético que determina el gusto. Pero a su vez,

marca cómo las tecnologías actuales aplicadas a lo gastronómico buscan un control dentro de lo alimenticio (Perullo, 2010, p. 86). Por lo tanto, aparece la necesidad del ser humano de controlar los aspectos culinarios y gustativos para generar, como menciona el autor, nuevas dietas más saludables y atrayentes estéticamente.

Con todos estos aspectos destacados por varios investigadores se puede diseñar el concepto del gusto. Stano (2020), también marca esa doble función que aparece en el gusto como individual, pero a la vez, social, surgen procesos cognitivos que son individuales y se catalogan en características brindadas socialmente. En el estudio de Stano (2020) sobre la cultura culinaria marroquí, se observa claramente las cuestiones de la memoria gustativa subjetiva y su pasaje cultural social.

Si retomo la perspectiva de la semiótica peirceana, existe una continuidad entre la representación y los objetos que la constituyen, es decir, existe una continuidad entre los procesos cognitivos provocados por la experiencia gustativa y su sistema de clasificaciones. Tal como sostiene Paolucci (2021) cuando menciona el caso del aprendizaje de los *sommeliers* de vinos y cómo aprender a clasificar su experiencia gustativa, se logra “aprendiendo a adquirir tímidamente una serie de hábitos interpretativos capaces de vincular sensaciones gustativas corporales individuales con categorías socialmente consolidadas” (Paolucci, 2021, p. 18). En suma, podemos pensar a la concepción del gusto, no como una distinción entre el aspecto individual que atañen a los procesos y sensaciones cognitivas producidas por un ingrediente o plato en específico, y por otra parte, la cuestión cultural del gusto que lo clasifica, sino que debemos considerarlo todo como parte de una continuidad que permite la interpretación de una semiosis de la experiencia gustativa.

3. IA: Problemáticas filosóficas

La IA siempre se define bajo una lógica que intenta simular las neuronas del cerebro humano. Según Baheti (2022) existe una red neuronal computacional que funciona gracias al *Machine Learning*, que sustituye a las neuronas humanas. Estas se utilizan para resolver problemas complejos basados en datos. Por su parte, Fumo (2017), sostiene que la red neuronal artificial funciona como un modelo computacional que se basa en la forma en que las redes neuronales biológicas del cerebro humano procesan la información. La unidad básica de computación en una red neuronal es la neurona, llamada nodo o unidad. Recibe entradas de otros nodos y calcula una salida o respuesta. “Cada entrada tiene un peso asociado, que se asigna en función de su importancia relativa con respecto a otras entradas. El nodo aplica una función a la suma ponderada de sus entradas” (2017, p. 1). A su vez, este sistema neuronal tiene reglas, una de las más importantes es el aprendizaje, que es un algoritmo que modifica los parámetros de la red neuronal para que una entrada dada a la red produzca una salida favorecida. Estas son las explicaciones de los ingenieros que exponen el funcionamiento de los principales aspectos de la IA. A continuación, me centraré en los autores que presentan los casos problemáticos desde una perspectiva filosófica.

Según Quintarelli (2020), la IA permite estudiar una colección de datos interpretando la información contenida. En este estudio de caso, la información se refiere a los aromas y los ingredientes alimentarios. Estos elementos son fundamentales para la experiencia gustativa. Esta información que forma parte de la *database* de la IA, pretende mejorar la calidad ética y social en diversos aspectos de la experiencia humana. Uno de los aspectos éticos y sociales que destaca la IA, según Quintarelli (2020), es que puede ayudar a mejorar la sensibilidad de los usuarios de diversos alimentos hacia el medio ambiente.

Existen otros estudiosos que marcan la importancia filosófica de la utilización de la IA en diferentes ámbitos sociales. Fry (2018), menciona cómo funcionan los algoritmos: “un algoritmo es simplemente una serie de instrucciones lógicas que muestran, de principio a fin, cómo realizar una tarea. Según esta definición amplia, una receta de pastel cuenta como algoritmo” (2018, p. 11). A su vez, se menciona que los algoritmos reciben instrucciones ambiguas debido a que las mismas son creadas por seres humanos, y con esta base se crea la IA. De acuerdo con Fry “las predicciones del algoritmo se basan en los patrones que aprende de los datos, un bosque aleatorio se describe como un algoritmo de aprendizaje automático, que entra en el paraguas más amplio de la inteligencia artificial” (2018, p. 48). Por lo tanto, en esta investigación se plantea la idea de la importancia de los algoritmos en nuestra vida cotidiana, pero existe el problema de la autoridad que el ser humano otorga a dicho algoritmo, “pero tal vez reconocer que los algoritmos no son perfectos, más de lo que lo son los humanos, podría solo tener el efecto de disminuir cualquier suposición de su autoridad” (2018, p. 153). Como solución a los problemas de los resultados brindados por la IA, se propone que no solo se suministre una opción como solución a un determinado problema, sino que el algoritmo dé una serie de opciones, para que el ser humano pueda elegir entre ellas, y quitarle esa autoridad total a la máquina. Según Fry (2018, p. 154) es ahí donde se presentan los problemas al confiar totalmente en el resultado que aparece sin cuestionarse. Esta perspectiva se basa en la idea que los datos brindados a la máquina portan consigo, la ambigüedad humana.

Por otra parte, un aspecto filosófico fundamental para este artículo son las cuestiones que atañen a la percepción humana. Como he descrito en la primera parte del artículo, la base para comprender al gusto y su percepción reside en el análisis de la experiencia desarrollado por Peirce. Por lo tanto, Parisi (2019, p. 72) quien analiza la IA, determinó la importancia de darle a la misma, un cuerpo que simule el de los seres humanos, visto que la percepción humana depende claramente de la forma de nuestro cuerpo. Es por dicha razón que, en los primeros pasos hacia la digitalización de la alimentación, se creó la nariz electrónica (Alphus, 2009), un dispositivo que tiene la forma de una nariz humana y logra detectar los componentes químicos de diferentes ingredientes, consiguiendo comprender de qué ingrediente se trata basándose en el desprendimiento de dichas partículas. Este ejemplo, permite entender el porqué es necesario que la IA tenga un cuerpo similar al de los seres humanos y la relación existente entre humano y máquina.

3.1 Hacia el uso de IA. Primeros casos de digitalización alimentaria

Actualmente existen diferentes casos donde se comienza a utilizar la IA con la finalidad de crear un nuevo gusto, y por ende, generar una experiencia gustativa. Para mencionar los casos más importantes, entiendo pertinente comprender que la base siempre es la obtención de datos digitales que formarán parte de la *database* que producirá el *input* para los resultados proporcionados por la IA. Por ello, es necesario comprender el contexto social en donde se generan dichos datos, puesto que las recetas y la posibilidad de marinar ciertos ingredientes dependen de la cultura.

De acuerdo con Davidsson (2021), la IA trabaja como he señalado, con repetición donde cierto *input* va a generar una misma respuesta. En cambio cuando se piensa en las recetas culinarias el mecanismo debe considerarse de forma diferente, porque según el autor, el ser humano siempre se basa en la experiencia de los sabores:

El olor y cómo son los diferentes ingredientes. Toda esta información no está disponible para el algoritmo, que sólo puede ver cómo se utilizan juntos los distintos ingredientes. En realidad, se trata de un problema habitual en el aprendizaje automático, en el que el modelo hereda sesgos de los datos. Esto excluye algunas combinaciones viables de ingredientes que no son comunes debido a las características geográficas. (2021, p. 1)

Por lo tanto, es necesario comprender hasta qué punto la IA estaría abierta a crear nuevas mezclas de ingredientes si se utilizan determinadas *database*, que se basan en una cultura. Luego Davidsson (2021), menciona elementos que deberían formar parte de un buen plato y estos son: el equilibrio, la variación, la novedad y la familiaridad. Según el autor, los primeros tres elementos son fáciles de obtener con la IA, pero lo que respecta a la familiaridad está directamente relacionado con la memoria gustativa del sujeto y, por ende, es complicado de obtener mediante la IA. Otro aspecto importante a considerar en el estudio del autor, es el marinaje de especias que son solo determinadas por aspectos puramente culturales. Según Davidsson (2021), las especias están relacionadas con el sentido del olfato, y podrían tener “un fuerte vínculo entre la parte del cerebro que procesa los olores y la parte que procesa los recuerdos” (2021, p. 2). Por este motivo, sostengo que más allá que la IA funcione de manera automática, al trabajar con la *database* de ciertos ingredientes es capaz de despertar sensaciones y recuerdos que están en la experiencia gustativa de los sujetos. Por lo tanto, es posible que la IA por consecuencia logre generar datos que estén unidos y determinados, por la memoria gustativa de los sujetos.

Luego de tomar en consideración estos aspectos teóricos que tratan del gusto y la IA mencionaré los primeros casos concretos de estudio. Actualmente en Francia la empresa *Euroalimentaire*, se encarga de financiar proyectos donde se digitaliza la producción agroalimenticia, donde diversas empresas italianas y francesas están formando parte. Claramente esto es el inicio para generar *database* a la IA para luego comenzar a crear platos basados en estos datos.

Otro ejemplo donde se observa el uso de la IA aplicada al gusto se encuentra en la cerveza. Según Fuentes, Dunshea, González y Torrico, (2019, p. 2) el uso de algoritmos de aprendizaje automático, en alimentos y bebidas es común puesto que permite menor gastos de inversión a las empresas y producir en menos tiempo. En la cerveza, se ha comprobado que existen modelos de IA, que pueden predecir el sabor “utilizando los parámetros físicos relacionados con el color y la espuma, lo cual es posible porque los consumidores pueden juzgar la calidad y aceptabilidad de la cerveza basándose únicamente en atributos visuales” (2019, p. 8). Esto se debe a que existe una relación entre la espuma y los parámetros relacionados con el color y el amargor, debido a que el lúpulo contribuye al desarrollo de aromas y sabores en la cerveza. Existe un modelo denominado *Robobeer* que recopila datos y analiza videos donde aparecen los consumidores de cerveza con sus respectivas bebidas. Según los autores, toda esta tecnología “ofrecerá a la industria cervecera un proceso totalmente automatizado para predecir el gusto y la aceptabilidad del consumidor de diferentes cervezas” (2019, p. 8). En suma, el primer paso para este tipo de análisis es la recopilación de datos entre usuarios para obtener el *input* para que la IA se desarrolle y cree sus versiones alimenticias.

Por último, presento los casos de IA aplicados a la gastronomía, como Markowitz y Robinson (2020) quienes realizaron la primera receta creada mediante la IA. En este caso tomaron datos sobre los platos típicos de Navidad, donde siempre se suele realizar galletas y tortas. Por lo tanto, las autoras decidieron mezclar ambas comidas y la IA les brindó la receta mezclando equitativamente los ingredientes de ambas recetas. El resultado fue una torta-galleta 50%, cómo podemos observar en las Figuras 1, 2, 3, 4, ese cambio de forma y textura.



FIGURA 1



FIGURA 2



FIGURA 3. Galleta externo



FIGURA 4. Torta- Galleta interno

Claramente en este caso, como he mencionado a lo largo de este artículo, se demuestra la importancia del contexto geográfico y cultural del lugar donde se desarrolla la utilización de la herramienta que generará el plato culinario. En esta ocasión se trata de dos autoras programadoras estadounidenses que trabajan con la IA y en el contexto de Navidad. A su vez, lo interesante de este caso es que se presenta como un juego; en el video donde vemos a ambas autoras cocinando, se lo toma como un experimento divertido. Allí, se puede observar cómo lo lúdico sirve como máscara que habilita a realizar estos experimentos con la gastronomía. Por ejemplo, en el video presentado, se menciona muy poco el hecho de que se trata de dos ingenieras especializadas en IA. Esta estrategia discursiva apunta a acercar al usuario a realizar estas tareas, y sobre todo a pensar en la utilización práctica y cotidiana de la IA en la comida.

Por otro lado, tenemos un caso diferente de presentación de la utilización de estos dispositivos en la gastronomía, me refiero al caso de la aplicación *Flavor Graph*. Esta aplicación está en desarrollo con la Universidad de Corea y la empresa Sony; el objetivo de la misma es, mediante la detección de los componentes químicos de los ingredientes, generar datos que permitan sugerirle a los usuarios nuevas combinaciones de ingredientes. Para lograrlo, utiliza también una *database* de recetas y sugiere la combinación de ingredientes basándose en los aspectos climáticos para no dañar el medioambiente. La idea es desarrollar, como su nombre lo determina, un mapa de sabores posibles basándose en los marinajes de diferentes ingredientes como podemos observar a continuación, en la Figura 5.

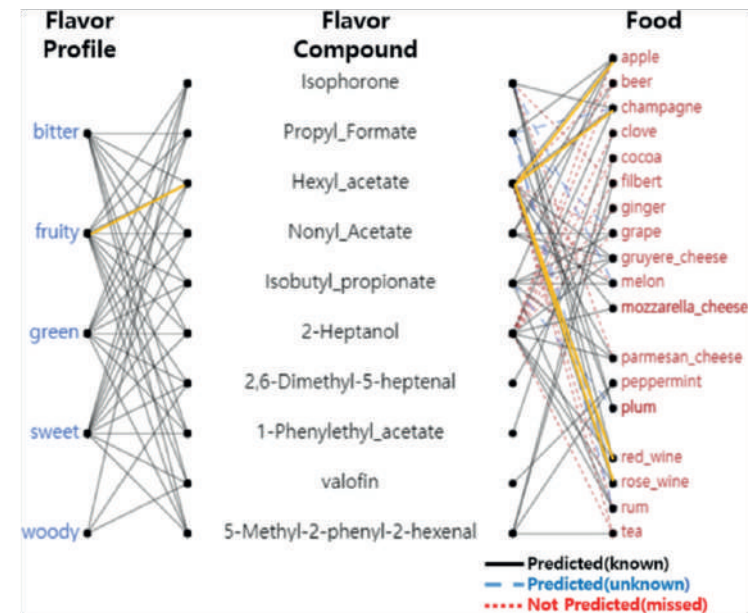


TABLA 5. Aplicación *Flavor Graph*

El análisis del discurso promocional elegido por esta empresa presenta una argumentación que por un lado apunta a demostrar su valor científico y cómo la ciencia se ha desarrollado para solucionar los problemas alimenticios de los seres humanos. De esta manera también aparece esa necesidad por cuidar el impacto ambiental provocado por el ser humano gracias al consumo alimentario. Pero a su vez, emerge la parte más humana del proyecto cuando se muestra en la página web de la aplicación una entrevista al chef Yoneda, quien brindó su conocimiento en diversas recetas para generar la *database*. La entrevista se divide en tres partes dentro del sitio web que fomenta la aplicación. En la primera parte se destacan los aspectos más humanos donde se explica que el gusto tiene en consideración todos los demás sentidos, como he explicado en la sección 1.1 del artículo, y aparece un diseño que podemos observar en la Figura 6, que pretende unir el hombre con la máquina. Para hacerlo se menciona un juego de palabras puesto que la abreviación en inglés de IA es “AI” y en japonés significa “amor”.

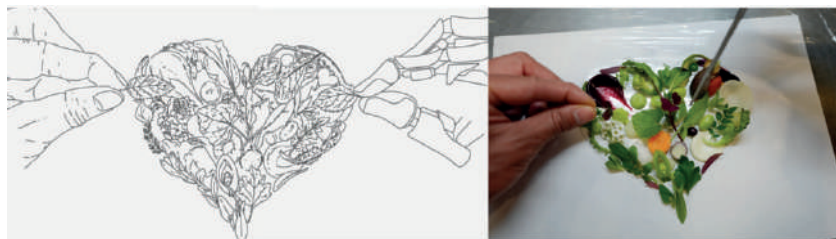


TABLA 6. Promoción del uso de IA con la gastronomía

En la segunda parte de la entrevista el discurso cambia drásticamente donde comienza la comparación de la cocina con la industria. En este punto todos los cortes de cada ingrediente deben ser perfectos, debido a que cada mínimo detalle puede cambiar el gusto de cada comida. El chef Yoneda en la entrevista declaró:

Cada zanahoria mide de manera diferente en términos de contenido de azúcar, contenido de agua, fibra y composición. Los sabores difieren en parcela incluso dentro de una sola granja. En consecuencia, un plato [...] puede tener un sabor completamente diferente. (Gifford y Marcus, 2022, p. 1)

Por lo tanto, se muestra en las propias declaraciones que es prácticamente imposible replicar un plato realizado por un chef. A su vez, se marca la necesidad de contar con robots que detecten mediante videocámaras las reacciones faciales de los comensales dentro del restaurante para comprender el grado de satisfacción por los platos y mejorar la música del ambiente y otros elementos para optimizar la experiencia gustativa. Este aspecto demuestra la cultura en la cual se está realizando la aplicación, donde se busca una perfección exacta basada en la medición de niveles de dopamina emanadas por el comensal. Si aplicamos la semiótica de Peirce se buscan los aspectos *indiciales* (CP 2.281) no controlados emanados por los comensales para detectar su satisfacción. Por último, en la tercera parte se menciona la democratización que implica esta aplicación

puesto que todos podemos acceder a realizar platos como dicho chef. De esta manera se presenta un discurso promocional que atañe a la escuela cultural de Adorno (1959), donde se busca esa democratización de elementos culturales pero que, a su vez, no implica acceder al mismo objeto cultural. Según Adorno “en seguir esbozando patrones de lo conocido para crear lo que nunca ha sido reside toda la seriedad de la técnica artística, que es mucho mayor, sin embargo, porque hoy la alienación inherente a la coherencia de esta técnica forma ya el contenido de la propia obra” (Adorno, 1959, p. 134). Por lo tanto, la idea central es que, con el discurso mediático propuesto en la tercera parte de la entrevista, se deja por fuera los elementos que involucran a la técnica realizada por el chef en cada plato. Con el objetivo de democratizar el objeto artístico, porque la creación de un plato por un chef puede ser considerada como arte, y de esta manera se pierde la esencia técnica y el valor social de la creación del plato. Por ejemplo, el ver una obra de arte online, o las imágenes de un plato, no es lo mismo que la experiencia del museo o la experiencia de ingresar a un restaurante. Con esta aplicación sucede lo mismo, el tenerla en casa no implica realizar la misma experiencia gustativa de la cocina del chef Yoneda en su propio restaurante.

4. Conclusiones

En conclusión, el estudio del gusto implica comprenderlo en todos los sentidos de manera sinestésica, por tal motivo, la IA debe desarrollar un cuerpo que simule a los seres humanos para lograr una mejor percepción sensorial y luego mediar al gusto. Si bien existen diferentes casos de aplicación de ambos elementos, aún falta considerar a la experiencia gustativa en su totalidad para la utilización de dichas herramientas.

La semiótica brinda una perspectiva que permite comprender todos los elementos que implican a una experiencia gustativa, y sobre todo comprender las estrategias discursivas empleadas en los medios de comunicación para fomentar estas nuevas herramientas culinarias. Enfatizo la importancia de considerar en qué cultura se realizan estos discursos porque impactan directamente a la experiencia gustativa. Dicha experiencia desde la perspectiva de Peirce implica una continuidad entre lo social e individual que forman parte del gusto. En suma, propongo comprender este fenómeno no solamente desde la medición de datos para generar nuevas recetas, sino se debe también considerar el conjunto de elementos que llevan a la memoria gustativa de los sujetos. En algunos casos se observa esa distinción entre lo que la IA es capaz de lograr de forma mecánica, automática basándose solamente en los datos y la parte más subjetiva.

Para concluir, una de las cuestiones centrales de este estudio es comprender hasta qué punto la IA puede generar una semiosis de la experiencia gustativa. Puesto que logra realizar de manera automática la detección de datos que implicaría el elemento de la *Primeridad*, y luego pasaría a una *Terceridad*, cuando logra marcar un resultado que, de acuerdo a su *database*, podría aceptarse en la cultura en la cual está inserida. Cabe aclarar que su autonomía depende de los datos que se le carguen, sean estos

elementos químicos que derivan en ingredientes y aromas, y por otra parte, las recetas de determinados chefs reconocidos a nivel mundial. Por lo tanto, sostengo que hay un cambio en la experiencia gustativa al ser mediada por la IA, pero a su vez las estrategias de difusión de la misma son basadas en discursos que demuestran una tensión entre lo humano y la máquina. En el caso de *Flavor Graph*, se intenta romper con esa dicotomía mediante la búsqueda de la democratización y masificación del producto. Por lo tanto, sostengo que se debe continuar el estudio semiótico de estas aplicaciones para comprender el cambio del sentido y significado existente en lo que respecta a la experiencia gustativa.

Notas

1. Todas las traducciones en este artículo fueron realizadas por la autora.
2. Las citas a la obra de C. S. Peirce son hechas del modo habitual: CP [x.xxx] remite al volumen y al párrafo en la edición *The Collected Papers of Charles S. Peirce*.

Referencias bibliográficas

- ADORNO, T.** (1959). *Filosofía della musica moderna*. Einaudi Editore.
- ALPHUS, D.** (2009). Applications and Advances in Electronic-Nose Technologies. *Sensors*, 9. doi:10.3390/s90705099.
- BAHETI, P.** (2021, 8 de julio). *The Essential Guide to Neural Network Architectures. What are neural networks and how do they work? Learn about different artificial neural networks architectures, their characteristics, and limitations.* V7 Labs. <https://www.v7labs.com/blog/neural-network-architectures-guide>
- BIANCIARDI, L.** (2011). *Il sapore di un film: cinema, sensi e gusto*. Protagon Editori.
- BOURDIEU, P.** (2010). *El sentido social del gusto: Elementos para una sociología de la cultura*. Siglo XXI Editores.
- CID JURADO, A.** (2011). La semiosis culinaria. *deSignis*, 18, 169-192.
- DAVIDSSON, M.** (2021). *Using machine learning to generate recipes that actually work. Cooking with data science.* Towards Data Science. <https://towardsdatascience.com/using-machine-learning-to-generate-recipes-that-actually-works-b2331c85ab72>
- DUNSHEA, F., FUENTES, S. GONZALEZ, C. Y TORRICO, D.** (2019). Development of Artificial Neural Network Models to Assess Beer Acceptability Based on Sensory Properties Using a Robotic Pourer. A comparative Model Approach to Achieve an Artificial Intelligence System. *Beverages*, 5(33). <https://doi.org/10.3390/beverages5020033>
- FRY, H.** (2018). *Hello World. How algorithms will decide our future*. W. W. Norton & Company.
- FUMO, D.** (2017, 4 de agosto). *A gentle introduction to Neural Networks Series- Part 1.* Towards Data Science. <https://towardsdatascience.com/a-gentle-introduction-to-neural-networks-series-part-1-2b90b87795bc> [14/02/2023].
- GIFFORD, F. Y MARCUS, E.** (2022, 12 de diciembre). *The Future Kitchen Series – Chef Hajime Yoneda Part 1, 2, 3.* Sony. <https://ai.sony/blog/blog-024/>
- MARKOWITZ, D. Y ROBINSON, S.** (2020, 16 de diciembre). *Baking recipes made by AI. Developers & Practitioners.* <https://cloud.google.com/blog/topics/developers-practitioners/baking-recipes-made-ai>

MARRONE, G. (2013). Livelli di senso dal gustoso al saporito. *E/C*, 17, 128-136.

— (2022). *Gustoso e saporito. Introduzione al discorso gastronomico*. Bompiani.

PAOLUCCI, C. (2021). *Cognitive Semiotics. Integrating signs, minds, meaning and cognition*. Springer Nature.

PARISI, F. (2019). *La tecnologia che siamo*. Codice edizioni.

PEIRCE, C. S. (1931-1958). *The Collected Papers of C. S. Peirce*. C. Hartshorne, P. Weiss, & A. Burk. (Eds.). Harvard University Press.

PERULLO, N. (2010). *Filosofia della gastronomia laica. Il gusto come esperienza*. Meltemi.

QUINTARELLI, S. (2020). *Intelligenza artificiale. Cos'è davvero, come funziona, che effetti avrà*. Bollati Boringhieri.

STANO, S. (2020). *Des sense au sens. La culture culinaire marocaine*. Actes du Congrès V de l'Association marocaine de sémiotique textes réunis et établis par Mohamed Bernoussi, Editions Capital.

Gusto y significación: dos lenguajes de la comida* / Taste and Signification: Two Languages of Food

Gianfranco Marrone ORCID 0000-0002-4380-5736

RESUMEN

La cuestión de la sensación del gusto puede ser discutida semióticamente, asumiendo una posición fenomenológica, para explicar la relación entre percepción y cognición, la diferencia entre el gusto como sentido y el gusto como juicio, así como la previsibilidad e indecibilidad de lo estésico, entre otras.

La idea es rastrear, en la significación gustativa -más allá de los procesos fisiológicos que la constituyen-, no uno sino dos sistemas diferentes de significación, cada uno de ellos con sus respectivos planos de la expresión y del contenido. Los cuales, si bien se constituyen diferenciados en el plano teórico, se encuentran, en el acto concreto de la degustación, frecuentemente mezclados. Tenerlos separados conceptualmente ayudará a reconocer sus cruces en el plano textual. Llamaremos a estos dos sistemas de significación diferentes, asumiendo la absoluta arbitrariedad del metalenguaje, *gustoso* y *sabroso*.

Palabras clave: significación, gusto, lenguaje, percepción, corporeidad.

ABSTRACT

The issue of the perception of taste can be discussed semiotically, assuming a phenomenological position, in order to explain the relationship between perception and cognition, the difference between taste as sense and taste as judgement, as well as the predictability and undecidability of the aesthetic, among others.

The idea is to trace, in gustatory signification - beyond the physiological processes that constitute it - two different systems of signification, each with its respective planes of expression and content. Although they are differentiated on a theoretical level, they are often mixed in the concrete act of tasting. Keeping them conceptually separate will help to recognise their intersections on the textual level. We will call these two different systems of signification, assuming the absolute arbitrariness of metalanguage, *tasty* and *flavourful*.

Keywords: signification, taste, language, perception, body.

Gianfranco Marrone, ensayista y escritor, trabaja sobre lenguajes y discursos contemporáneos. Es profesor ordinario de Semiótica en la Universidad de Palermo (Italia). Ha dictado cursos, entre otras, en la Universidad de Bologna, Bogotá, IULM, Jyväskylä, Limoges, Madrid, Meknès, Paris Descartes, Pollenzo, São Paulo. Dirige el Centro internacional de ciencias semióticas de Urbino y la revista “E|C”. Es presidente del Círculo semiótico siciliano. Entre sus libros se encuentran: *Prima lezione di semiotica* (2018), *Storia di Montalbano* (2018), *La fatica di essere pigri* (2020), *Introduction to the Semiotic of the Text* (2021), *Gustoso e saporito* (2022). E-mail de contacto: gianfranco.marrone@unipa.it.

FECHA DE PRESENTACIÓN: 20/06/2023 FECHA DE APROBACIÓN: 30/09/2023

1. El sentido del gusto

Desde el punto de vista de una ciencia de la significación, el gusto tiene pertinencia disciplinar en tanto es actividad perceptiva a la cual se conecta, siempre y necesariamente, algún contenido semántico. Percibimos aquello que para nosotros es relevante, tiene cierta importancia, algún significado; dentro de una determinada situación, de una historia, de un contexto en el que nos encontramos por alguna razón, con el propósito de lograr algún fin, en vista de la conjunción con un objeto que hemos cargado de alguna importancia existencial, de algún valor. Desde este punto de vista, la percepción gustativa –como cualquier percepción– se encuentra en el interior de un proceso narrativo donde la actividad sensorial no es nunca un fin en sí mismo, o estesia pura. Es así porque nace, se desarrolla, se transforma y, a menudo, desaparece; en función del objeto de valor con el que el sujeto que percibe pretende entrar en conjunción, atravesando diversas fases y contrastando diferentes programas de acción. Así, en el caso del sentido del gusto (en el doble sentido del término “sentido”), la semiótica no puede dejar de compartir la idea de que percibir y gozar, comer y probar placeres, son el mismo acto. El gusto es placer que conoce y saber que goza, decía Brillat-Savarin, pero ya lo sabían, mucho antes que él, todos aquellos que –con seño fruncido– condenaban la gula, cuando no la alimentación en general, porque es una experiencia inevitablemente agradable, eufórica. Cosa que es válida, obviamente, en sentido inverso, cuando no es el placer sino el asco lo que se produce: el otro polo del mismo paradigma que asocia percepción y juicio, saboreo y distinción (Mazzocut-Mis, 2015). En este punto, resulta particularmente difícil, si no imposible, separar la experiencia sensorial de la situación en la que se produce, el juicio de gusto del momento y del lugar en el que se da. Cosa que vuelve problemático cualquier análisis autodenominado sensorial, que artificialmente pretenda aislar a los sujetos degustantes de los contextos habituales del comer y del beber: ¿Cómo apreciar un vino, un café, un aceite, o un queso, en un anónimo laboratorio,

delante de la pantalla de una PC, con una escala gradual de intensidades gustativas presupuestas, asignándole algún numerito? Si, como enseñan la fenomenología y la antropología cultural, no existe primero la sensación gustativa y luego la circunstancia en la cual se da, ya que las dos cosas se constituyen recíprocamente. El análisis sensorial no puede hacer otra cosa que ofrecer una versión falseada de los fenómenos del gusto.

Análogamente, la cuestión de los supuestos emparejamientos entre vinos y alimentos (o entre alimentos e ingredientes) resulta bastante artificiosa, ya que pretende unir a posteriori lo que no estaba separado en el inicio. ¿Por qué preguntarse cómo relacionar entidades que, originariamente, no existían dissociadas? No porque haya textos y contextos, signos y sus entornos, habremos de entenderlos separados, puesto que hay configuraciones de sentido globales en las que todo, para tener sentido, debe mantenerse unido: configuraciones que tienen un carácter narrativo, convocando una serie de modelos de análisis para poder ser explicados y comprendidos.

Del mismo modo, la teoría de la significación comparte la crítica fenomenológica y antropológica a la separación de la percepción en cinco canales sensoriales distintos. Si el cuerpo, como decía Merleau-Ponty (1945), es un ‘sensor común’, un ente situado que percibe el mundo siendo parte integrante de él, no sólo toda sensación es una atribución de sentido, sino, más profundamente, nunca se dan sensaciones aisladas sino flujos perceptivos complejos, articulados dentro de ellos. Aceptando plenamente la idea de una consideración holística de la corporeidad, la apuesta de la semiótica es encontrar criterios adecuados para reconstruir la estructuración interna de estos procesos perceptivos, tomando en serio la idea de sinestesia: no una vaga superposición entre diferentes sensaciones, o delegación de unas en otras, sino una figura retórica con sus propios mecanismos específicos de funcionamiento.

2. De la visión a la corporeidad

Quizá haya otra forma de volver a discutir semióticamente la cuestión de la sensación del gusto, una forma que, asumiendo una posición fenomenológica, pueda explicar de otro modo algunas de las cuestiones que quedaron abiertas hasta ahora, como la de la relación entre percepción y cognición, la del gusto como sentido y el gusto como juicio, o la de la previsibilidad e indecibilidad de la estesia, entre otras. La idea es rastrear en el significado gustativo, más allá de los procesos fisiológicos de su constitución, no uno sino dos sistemas diferentes, cada uno con sus propios planos de expresión y de contenido. Los cuales, aunque constituidos de manera diferente a nivel teórico, se encuentran luego, en el acto concreto de la degustación, normalmente mezclados. Mantenerlos separados conceptualmente ayudará a reconocer sus entrelazamientos a nivel textual. Llamaremos a estos dos diferentes sistemas de significado, asumiendo toda la arbitrariedad del metalenguaje: gustoso y sabroso. ¿De qué se trata?

2.1 Plástico / Figurativo

Para responder a esta pregunta, es pertinente recordar, en primer lugar, que en el campo de la semiótica visual se han identificado, durante mucho tiempo, dos formas diferentes de significación dentro de la imagen, cada una de las cuales sigue una lógica diferente (Greimas, 1984; Floch, 1995): el figurativo y el plástico. El lenguaje figurativo atañe a la parte representativa de la imagen, a su capacidad mimética y, por lo tanto, del lado del observador, al significado que emerge del reconocimiento de las figuras del mundo a partir de una “grilla de lectura” de carácter semántico, por tanto, cultural. Como cuando, al ver la silueta de un animal con rayas en un dibujo digo: “es una cebra”, porque sé que cuando un caballo tiene rayas se trata de esta raza equina en particular. Pero, antes de reconocer a la cebra, debí reconocer que era un caballo, y antes de haber reconocido al caballo, lo tengo que haber reconocido como un animal.

Así, gracias a algunas figuras del mundo que preexisten en mi imaginario cultural (aquellas por las que ya sé cómo es un animal, un caballo o una cebra) y algunos estereotipos representativos (que me inducen a conectar las rayas con la especie ‘cebra’), sucede que el rasgo gráfico impreso en la hoja de papel (expresión) significa la cebra (contenido). Al punto tal que, si alguien me pregunta: “¿qué ves?”, difícilmente responderé que lo que veo es un dibujo. Es casi seguro que responderé, directamente, que veo la cebra, omitiendo el plano de la expresión que me sirvió para reconocer el significado del dibujo. Así que, probablemente, diré que la imagen *representa* a la cebra, olvidando la serie de mecanismos culturales y visuales, semióticos y discursivos, que la produjeron.

Lo mismo ocurre, en la mayoría de los casos, cuando, al comer algo, se me pregunta qué estoy comiendo. Difícilmente responderé que estoy saboreando granos de un cereal marrón bien amalgamados. Prefiero decir que estoy comiendo risotto con hongos. Y si soy lo suficientemente competente, tal vez diga que es arroz Carnaroli, que los hongos son hongos Porcini¹, que la mantequilla que se usa para mantecar es de Málaga, que el queso es Parmesano de 24 meses, etc. Según mi grado de competencia previa, asociaré pues las cualidades sensibles de ese plato (expresión) con un tipo de comida (contenido), haciendo economía del plano de la expresión, nombrando directamente el contenido. Volveremos sobre esto más adelante.

En la imagen, después, puede ocurrir que se pueda rastrear un segundo lenguaje, llamado plástico, donde el plano de la expresión no hay elementos gráficos que remitan a figuras del mundo, sino componentes puramente visuales (líneas, trazos, colores, posiciones) que, a menudo en contraste entre sí dentro de la imagen, producen más significados. Por ejemplo, si coloco una figura femenina con un niño en su regazo (que representa figurativamente a una virgen con un niño) en el centro de un lienzo, y en sus bordes, en pequeña escala, figuras humanas arrodilladas (los fieles), seré capaz de entender que la figura que está en el centro es más importante. O que es una figura sagrada, por ejemplo, respecto de los otros que se encuentran en los bordes, que serán profanos. Se produce una especie de analogía (más precisamente un semisimbolismo):

centro / bordes = sagrado / profano. El plástico es, por ende, un segundo lenguaje, una nueva articulación del material visual que no apunta a la eventual representación del mundo sino a la constitución de otros significados en la imagen, a través de juegos de contrastes entre formas, colores, posiciones, texturas, etc.².

Algo muy similar ocurre en cuanto al sabor. Si dejo de lado el problema del reconocimiento cognitivo de lo que tengo en mi plato, logrando nombrar lo que estoy comiendo, sus ingredientes y condimentos; emergen las cualidades sensibles que hay en ese plato. Y diré, por ejemplo, de ese risotto: granos de una sustancia semi crujiente que libera sensaciones de sabor y picante, en una cremosidad con notas de bosque.

Así, surgirá el problema del contraste entre el cerramiento del grano único y la compacidad del conjunto, o entre la crocantez del arroz y su cremosidad. En este segundo caso, ya no serán los ingredientes que reconozco los que significan, sino las relaciones entre cualidades sensibles que emergen, incluso, al margen de los ingredientes mismos (es decir, de su culturización). En el caso límite, podía no haber probado nunca antes un risotto y esas relaciones conservarían su significado. Como cuando pruebo un vino a ciegas: puedo apuntar a reconocerlo (“es un *Pinot Noir* californiano”), o puedo interesarme por sus cualidades sensibles (color, olor, sabores, etc.). Esto no quiere decir -volviendo a la dimensión visual- que lo plástico sea el plano de la expresión y lo figurativo el del contenido (como se repite en muchas divulgaciones), sino que la imagen puede tener un doble sentido ya que está recortada por dos miradas diferentes, la segunda de las cuales, a veces, es de tipo “poética” en el sentido jakobsoniano, o mítica en el sentido lévistraussiano, con ulteriores resultados comunicativos (artísticos, publicitarios, estéticos, etc.). Lo plástico, por lo tanto, no precede a lo figurativo sino que lo sigue: es una especie de extrañamiento de la mirada, un resurgimiento de lo sensible que duplica las grillas perceptivas culturales ya dadas para fundar otras nuevas, eventual y localmente. Lo cual, veremos, es igualmente válido para la dimensión gustativa.

2.2 De lo sensorial a lo cognitivo, y a la inversa

De allí la posible distinción entre dos lenguajes específicos. Por un lado, lo que hemos llamado lo *gustoso*. Es el sistema de sentidos que se establece gracias al reconocimiento sensorial de figuras ya conocidas del mundo. De modo que, al probar algo, somos capaces –con competencias variables según las especializaciones individuales o situaciones contextuales– de identificar de qué se trata, gracias a nuestros esquemas semánticos y culturales previos. Como cuando decimos cosas como: “este Champán debe ser un *Cristal*”³, “este es un filete de chianina⁴ joven”, “¿le pusiste jengibre a las albóndigas?” y similares. Este sistema perceptivo, por tanto, parte de lo sensorial (gusto) y avanza hacia lo cognitivo (reconocimiento). Por otro lado, está lo que hemos llamado lo *sabroso*. Es la sede de una suerte de *razonamientos sensoriales* que tienen su propia lógica, donde se opera a través de procesos perceptivos, ya no ligados a esquemas cognitivos dados sino que se hace cargo, directamente, de las

cualidades sensibles propias de las sustancias gastronómicas -en relación entre sí, por contrastes sintagmáticos o por reenvíos paradigmáticos, y en relación con contenidos específicos gracias a sistemas semisimbólicos *ad hoc*. Aunque no produzca un predicado en el momento en que se produce, este proceso, una vez que ocurre, da lugar a posibles verbalizaciones (más o menos codificadas en los lenguajes especializados de la crítica gastronómica) del tipo de: “lo crujiente de la pasta se disuelve bien en la fluidez de la crema”, “el frío del helado no se integra con la temperatura tibia de la torta”, “la viscosidad de la salsa mata el sabor del pollo”, etc. Este segundo sistema de significado no niega el primero sino que, por así decirlo, lo esquiva. Se pasa pues de lo cognoscitivo dado (y puesto entre paréntesis) a la epifanía de lo sensorial que ahora aparece como ‘puro’, pero que en realidad no lo es; y que, entre otras cosas, tiene como éxito probable una transformación recíproca del sujeto sintiente y de las sustancias percibidas. Esto también se debe a que, en esta coyuntura, es como si ocurriera en la obra una inversión sintáctica de los actantes de la percepción: la sustancia gastronómica ‘toma’ al actor humano que percibe, convirtiéndose en el verdadero sujeto de la acción perceptiva. Se dice, de hecho: ‘este plato me conquistó: ¡fue una auténtica *experiencia* sensorial!’. Es evidente que muchos fenómenos se encuentran a cabalgando entre las dos esferas. Pensemos, por ejemplo, en los complejos rituales y lenguajes asociados a la cata de vinos donde, por un lado, se convocan habilidades relacionadas con el reconocimiento de cualidades relevantes del *sabroso* (astringencia, acidez, suavidad, etc.) y, por el otro, se ponen en relación -en una forma a menudo analógica, vagamente ligada a una supuesta memoria subjetiva-, con cualidades relevantes de lo *gustoso*, es decir, con cualidades sensibles propias de figuras reconocibles del mundo (“me recuerda al regaliz, a arbusto, al cuero, a las rosas”, etc.) muchas veces traducida por sinestesia (“aérea, áspera, sedosa, redonda”, etc.) y canonizada en las sofisticadas tecnologías de los sommeliers y de sus avatares⁵. Sin embargo, ciertas tendencias recientes en la cata de vinos tienden a eliminar los aspectos más culturizados y canónicos de la experiencia gustosa, en pos de otra meramente sabrosa: la cual, no solo surge si, y solo si, la primera está entre paréntesis, sino que también conduce a una implicación total del sujeto frente a la copa (Sangiorgi, 2011) y a una consecuente recuperación de esa dimensión hedonista de la embriaguez que la cultura mediática tiende a negar (Perullo, 2021)⁶.

Esta propuesta teórica requiere algunas aclaraciones. La primera, más obvia, está relacionada con la terminología que, como siempre ocurre con el metalenguaje, es sabidamente arbitraria. No hay ninguna razón particular para llamar ‘gustoso’ al correspondiente gustativo de lo figurativo y ‘sabroso’ al correspondiente gustativo de lo plástico (del mismo modo que los mismos términos ‘figurativo’ y, sobre todo, ‘plástico’ están injustificados con respecto a lo que designen). Entre otras cosas, los términos ‘gustoso’ y ‘sabroso’ tienden a connotar apreciaciones positivas con respecto al proceso sensorial al que se refieren: ‘gustoso’ es un término categorial (/gustoso vs asqueroso/) y polo de la categoría misma. Lo mismo ocurre con ‘sabroso’ (/sabroso vs insípido/). Sin embargo, la elección de usarlos como términos de metalenguaje puede ayudar a disipar los malentendidos que este doble valor semántico suele generar en el habla común.

En segundo lugar, como veremos mejor más adelante cuando intentemos poner algunos ejemplos, la percepción sensorial ligada al gusto y la ligada a lo sabroso tienden a confundirse en la experiencia vivida, exactamente como cuando, al percibir una imagen, su significado se percibe todo junto, independientemente de si es el resultado producido por un doble dispositivo de significado. Pero detenerse en la experiencia vivida es quedarse en lo presemiótico, es decir, impedirse pasar del sentido concretamente experimentado a la reconstrucción semiótica de su articulación formal, de esa significación que hace posible la experiencia misma del sentido. Nada quita que, al momento de una degustación, ya sea por un experto o un inexperto, la apreciación gustativa de un plato o un vino sea sincrética y sinestésica. Pero el análisis posterior no elimina el placer (¿por qué debería hacerlo?): simplemente explica sus mecanismos constitutivos, tan inconscientes como necesarios.

2.3 Bricoleur e ingeniero

Pensándolo bien, esta distinción estaba indirectamente presente en la conocida oposición /bricoleur vs ingeniero/ propuesta por Lévi-Strauss (1962), fácilmente extensible, como se ha hecho parcialmente, a la producción de la comida y del gusto, es decir, a la cocina y a la gastronomía⁷ y, con cierto esfuerzo, también es válido para el fenómeno que aquí estamos discutiendo acerca de la percepción, es decir, de la recepción gustativa de la propia comida. Como es sabido, para Lévi-Strauss el *ingeniero* es quien construye lo que necesita a partir de un proyecto previo, elaborado para ese objetivo. Busca los materiales necesarios para la realización del proyecto, confirmando su función y significado, y reforzando, junto a sus propios objetivos, su propia subjetividad racionalista, funcionalista. Con esta figura pasamos, pues, de la idea a su realización concreta. El *bricoleur*, en cambio, es alguien que construye lo que puede a partir de una idea aproximada de aquello que podría necesitar; por ello utiliza materiales y objetos que encuentra en la situación concreta en la que se encuentra, muchas veces eliminando su función y significado, y dándoles otros nuevos, en base a las cualidades sensibles que tienen incorporadas en ellos. Así, al tener que construir un techo, y disponiendo del fragmento de una antigua balsa, se aprovecha de su horizontalidad y de su resistencia al paso del tiempo. El *bricoleur*, por chapucero que sea, construye algo nuevo y, al hacerlo, se transforma a sí mismo, a sus necesidades, a sus deseos, pasando del mundo sensible a la concepción de algo⁸.

Examinándolos más de cerca, tanto el *ingeniero* como el *bricoleur* son personajes pragmáticos, pero de diferentes maneras: el primero va de la teoría a la práctica, el segundo de la práctica a la teoría. Y ambos están atentos al material: sólo que el *ingeniero* lo utiliza por lo que se sabe de él y como se hace generalmente, mientras que el *bricoleur* lo aprovecha a partir de sus cualidades sensibles. El primero piensa y por lo tanto percibe, el segundo percibe y por lo tanto piensa. Evidentemente, se trata de figuras-tipo, que en términos concretos tienden a mezclarse, pero que son, en lo que aquí nos concierne, perfectamente aplicables a la gastronomía y, por ejemplo, a tipos de cocineros: está el cocinero *ingeniero*,

quien crea una receta utilizando los ingredientes correctos, y está el chef *bricoleur*, que tiene a su disposición ciertos ingredientes (por ejemplo, de la zona, del mercado, etc.) y los utiliza para reinventar un plato (Pozzato, 2013). Aquí hay dos prácticas diferentes en la cocina. Por un lado, recetas ejecutadas al pie de la letra, al detalle, creaciones en serie del plato 'perfecto' (por ejemplo, los platos industriales preconfeccionados o, en el otro extremo, ciertas performances de la llamada cocina molecular). Por otro lado, recetas inventadas, o modificadas a gusto. Realización imperfecta de un plato, con un sabor inesperado, en base a los ingredientes o herramientas disponibles (por ejemplo, la innovación en el territorio). Intelectualismo riguroso, por un lado, sensualismo creativo por el otro. Ahora bien, resulta posible volver a proponer esta distinción con respecto a la percepción gustativa o, mejor, una predisposición hacia ella, una suerte de competencia perceptiva. Hipotetizaremos, así, dos tipos de gusto. El primero, el del *ingeniero*, entendido como reconocimiento de sabores (y otros qualia) ya conocidos, como identificación perceptiva de ingredientes tradicionalmente comestibles y de sus propiedades ya reconocidas en el mundo humano y social (algo muy cercano a lo que Lévi-Strauss, 1964, llamaba 'bueno para ser pensado'). El segundo, el del *bricoleur*, entendido como la posibilidad de redescubrimiento de una experiencia directa de lo sensible, la capacidad de percibir nuevos sabores (y sus contrastes) a partir de una articulación diferente de las cualidades sensibles de los ingredientes. Que quede claro, la oposición en juego no es entre intelecto y sensibilidad, sino *entre dos formas de sensibilidad*, de gusto, de placer/displacer: una que confirma los modelos culturales y los esquemas mentales a partir de los cuales se percibe (y por lo tanto es decible); y la otra que, poniendo entre paréntesis estos modelos y esquemas, se apresta a re-percibir el mundo experimentando nuevas e inesperadas sensaciones (y por esto es indecible, salvo con metalenguajes especializados, a menudo metafóricos o metonímicos).

Ambos lenguajes están culturalmente determinados. El *gustoso*, obviamente, usa figuras del mundo y filtros culturales para reconocer ingredientes y alimentos. El *sabroso*, sorteando estos filtros, establece otros nuevos, que no son en absoluto inmediatos, aunque, a primera vista, pueda parecerlo. La emergencia de lo sensible es la posición de un nuevo estado de cosas, dice Greimas (1987): y la cocina es, precisamente, el lugar donde este nuevo estado de cosas del orden de lo sensorial viene, claramente, construido. Lo veremos con el ejemplo de Babette: es a partir de su condición religiosa e ideológica, así como de la promesa que han hecho de no hablar de comida, que los habitantes de Berleavaag, no teniendo competencia en términos de lo gustoso, comen su almuerzo preparado por Babette exclusivamente en el nivel de lo sabroso, encontrándose, al final, diferentes a nivel ético y religioso, además de tímicos.

3. Confusiones sobre la mesa

El texto en el que, muy probablemente, la distinción entre lo gustoso y lo sabroso opera de manera más evidente es la famosa historia *El festín de Babette*, basada en el relato de Karen Blixen (1958) y llevado al cine por Gabriel Axel (1987)⁹. La historia es bien

conocida (seguiremos aquí solamente la historia de Blixen, por conveniencia¹⁰): en un pueblo noruego muy triste y muy piadoso, toda la existencia de sus pocos habitantes está dedicada al culto del Señor; el pueblo reza, el deán predica y todos cantan alabanzas a Dios. La repentina llegada de dos figuras masculinas, un soldado esperanzado (Loewenhielm) y una famosa cantante de ópera (Papin), inquieta a dos muchachas de la comunidad, las hijas del deán, las que, sin embargo, no ceden a las glorias de la vida terrenal ni a sus placeres. Y los dos se van. En cambio, llega una mujer de Francia, Babette, que huyó de París, donde se libra la lucha por la Comuna. Así, Babette fue durante años camarera de dos mujeres muy piadosas del pueblo, las hijas del deán, ahora de edad avanzada, hasta que, gracias a una inesperada ganancia en efectivo, prepara un gran almuerzo con platos absolutamente sublimes (importados de Francia).

Almuerzo que encanta a toda la comunidad, que desde ese día redescubre la alegría, el sentido de pertenencia y el deseo de estar juntos sin pretensiones ni hipocresías. Así, las oposiciones básicas son bastante evidentes, todas ellas vinculadas de alguna manera al órgano de la boca y sus diversas funciones: hablar, orar, contar historias, cantar (del lado del espíritu y de la identidad nacional noruega); comer, beber, besar (del de la carne, ligado a la lejana Francia). Moraleja: alimento y lenguaje tienen el mismo origen físico, el mismo lugar fisiológico que los genera, la boca; por eso a menudo se encuentran en una especie de entrecruzamiento constitutivo: son dos formas de comunicación diferentes, que tienen funciones diferentes (fisiológicas, sociales) pero -con toda probabilidad- las mismas estructuras básicas.

Pero lo que interesa aquí es la forma profundamente diferente en que se degustan los platos individuales del almuerzo de Babette: por una parte, por la comunidad local y por la otra por Loewenhielm, quien regresó por casualidad esa noche, como anciano oficial, a la casa de su antigua enamorada. Como veremos, Loewenhielm reconoce en lo que come las delicias que ya había disfrutado años antes en un excelente restaurante francés, signos del chef que le había encantado en su momento (y que, él no lo sabe, pero el lector sí, es la propia Babette). Y habla de ello constantemente, buscando la confirmación de los demás invitados. Los cuales, en cambio, no sólo no tienen la competencia gustativa para captar todo esto, sino que se han hecho la promesa mutua de no hablar de la comida ni de sus posibles placeres. Es por esto que hablan de cualquier otra cosa. Sus cuerpos, sin embargo, van cambiando paulatinamente, de modo que el lector infiere de esas transformaciones progresivas el resultado de otra forma de saborear, implícita, silenciosa, indecible, pero eficaz. Las actitudes externas de los invitados cambian, su cuerpo cambia y, como veremos, también su sistema de valores. Al final del almuerzo, por una suerte de *saisie esthétique* dilatada, los invitados ya no son los mismos, su subjetividad ha sido transformada por una experiencia estética tan poderosa como inconsciente.

Examinemos más de cerca distintos momentos de ese almuerzo. Así se describe la primera copa de vino ofrecida a los comensales tanto a los locales como a los extranjeros, por decirlo de alguna manera, así como el primer sorbo de la sopa:

El joven ayudante de Babette llenó un vasito a cada uno de los comensales, y éstos se lo llevaron a los labios solemnemente, confirmando de este modo su resolución. El general Loewenhielm, algo receloso del vino, bebió un pequeño sorbo; se sobresaltó, se lo llevó a la nariz, luego a los ojos y se quedó perplejo. “¡Esto es muy extraño!”, pensó. “¡Amontillado! ¡El mejor amontillado que he probado jamás!” Un momento después, y para someter a prueba sus sentidos, tomó una cucharada de sopa, tomó una segunda, y dejó la cuchara. “¡Esto es extraño por demás!”, se dijo a sí mismo. “Porque sin duda estoy tomado sopa de tortuga... ¡y qué sopa!” Se sintió dominado por una especie de pánico y vació el vaso.

Las expectativas del oficial eran completamente negativas: ¿qué pueden servir en esa humilde mesa? Y, sin embargo, aquí había un vino excelente, probado dos veces para asegurarse de su excepcionalidad, y luego un sublime caldo de tortuga. La sorpresa sentida se materializa en una especie de discurso interior, del cual el lector es cómplice; y conduce, primero, a un cuestionamiento de su competencia gustativa (de ahí la doble cata del Amontillado) y, luego, a un auténtico pánico que modifica el sentido y la función del vino: ya no es una sustancia noble al gusto sino un líquido alcohólico para calmar el espíritu. He aquí la manifestación de un asombro enteramente intelectual del soldado, que espera un nivel de cocina medio-bajo y se encuentra con uno muy alto. Gracias al reconocimiento gustoso del vino y del plato, Loewenhielm entiende que las cosas no son como él piensa, y pierde el control cognitivo de la situación. Es una cuestión de veracidad: lo que aparece no es (mentira), luego —de ahí se infiere— habrá algo que es y no aparece (secreto).

Pero ¿cómo reaccionan los otros comensales a estos primeros momentos del almuerzo?

Normalmente, en Belevaag, la gente no hablaba mucho durante las comidas. Pero, no se sabe cómo, esa noche se soltaron las lenguas. Un Hermano viejo contó la historia de su primer encuentro con el deán. Otro analizó aquel sermón que sesenta años atrás había propiciado su conversión. Una anciana, la misma a la que Martine había contado sus inquietudes en primer lugar, recordó a sus amigos cómo, en toda aflicción, cualquier Hermano o Hermana estaba dispuesto a compartir la carga con los demás.

Aquí es el narrador el que se reserva la palabra, pero poniendo en discusión su propia posible competencia interpretativa sobre los hechos que narra (“no se sabe cómo”). Esto asegura que el lector, a diferencia de lo ocurrido con el oficial, desconozca los pensamientos del grupo y los posibles placeres gastronómicos: ¿qué opinan ellos del vino y del caldo? Solo a partir del comportamiento de la gente de Berlevaag es posible inferir algunas de sus transformaciones internas (“Normalmente” ... “pero esa noche”). Esta transformación concierne a la lengua, al lenguaje, pero quizás también a la lengua en el sentido de órgano del gusto, que *se derrite*. Eso que pierde en relación al sentido es el contenido específico de los discursos (parte de los cuales, sin embargo, tematizan una conversión, aunque se hable de otra cosa), en pos de la conversación como fin en sí mismo, en un dominio total de la función fática de la comunicación.

Pero, aunque la conversación se encienda entre los habitantes de la ciudad noruega, no será posible ningún contacto entre ellos y Loewenhielm. Es como si se rompiera su pacto de comunicación implícito (e imposible):

El general Loewenhielm, que debía dominar la conversación de la mesa, contó que la colección de sermones del deán era uno de los libros favoritos de la reina. Pero al servirse un nuevo plato guardó silencio. “¡Increíble!”, se dijo. “¡Es un Blinis Demidoff!” Miró en torno suyo a los comensales. Todos ellos comían en silencio su Blinis Demidoff sin el men or signo de sorpresa o aprobación, como si lo hubiesen estado comiendo todos los días durante treinta años.

El oficial se refiere a una noticia que, cree, le interesa a la comunidad, pero no sabemos nada de las reacciones de quienes la integran. Se sirve un nuevo plato, y se calla, lo saborea, se maravilla y, hablando consigo mismo, revela sorpresa y aprobación (“¡increíble!”). En ese momento cambia de actitud y escudriña a los comensales, de los que, sin embargo, no consigue comprender absolutamente nada: no dan muestras de asombro ni de aprobación (como sí lo hace él). Las posiciones no podrían estar más alejadas:

El general Loewenhielm dejó el vaso otra vez, se volvió hacia su vecino de la derecha y le dijo: “Pero esto es un Veuve Cliquot de 1860, ¿verdad?” Su vecino le miró afablemente, le sonrió e hizo un comentario sobre el tiempo.

El continuo asombro del general (dimensión cognitiva) va acompañado de una clausura social (dimensión colectiva). Y es, precisamente, en este momento de total disociación del orden social, en esta paradójica y casi cómica situación de total ausencia de comunicación y entendimiento, que se revela el éxito de la cena silenciosa entre los religiosos de Berlevaag:

Muy frecuentemente la gente de Berlevaag, en el curso de una buena comida, se siente algo pesada. Esta noche no ocurría así. A medida que comían y bebían, los convives se sentían cada vez más ligeros de peso y de corazón. Ya no necesitaban tener presente su promesa. Es, se daban cuenta, en el momento en que el hombre no sólo olvida por completo, sino que también ha rechazado firmemente toda idea acerca del comer y del beber, cuando come y bebe con el estado de ánimo justo.

El fragmento tiene la misma estructura argumentativa que el anterior, dando lugar a una disyunción tópica y una modificación aspectual de mucha importancia (“muchas frecuentemente” ... “esta noche no ocurría así”). La anormalidad social se acompaña, ahora, de una rareza física, fisiológica, inmediatamente transpuesta al nivel interno, religioso, incluso ético: el aumento de la comida y el vino no corresponde a una sensación de pesadez (norma) sino de alivio (excepcionalidad). El cuerpo se pierde, en su pesada materialidad, y la subjetividad en su conjunto se modifica con él. El resultado es una especie de renovada conciencia del significado mismo que debe atribuirse al comer y al beber, ya no vinculado a un posible pecado de gula sino, por el contrario, susceptible de ser vivido en un “estado de ánimo justo”. Si lo *gustoso*, la dimensión sobre la que se asienta el pobre general, es entendido como lo malo, y por tanto rechazado, no ocurre lo mismo con lo *sabroso*. Esta segunda dimensión, con un largo giro, pierde toda connotación negativa (“Ya no necesitaban tener presente su promesa”), elimina cualquier recuerdo (“olvida por completo”) y, en general, está desprovisto de cualquier conocimiento (“rechazado firmemente toda idea acerca del comer y del beber”). Y es por eso que se hace posible

comer “con el estado de ánimo justo”: de la percepción sensorial de la comida finalmente pura, desprovista de cualquier conocimiento y de cualquier consecuente predicación lingüística, emerge la corrección del comer. La estética lleva a la ética.

4. Ékphrasis y política

Dada esta distinción entre *gustoso* y *sabroso*, estamos en condiciones de hipotetizar algunas consecuencias teóricas y algunas vías de investigación aún por abordar. Por ejemplo, esta separación permite, entre otras cosas, construir un modelo metodológico para analizar, y quizás también producir, la *ekphrasis* gustativa, es decir, la manera de describir la experiencia del gusto, en todas sus posibles fases, tanto sintagmáticas (avangusto/retrogusto) y paradigmáticas (gusto/asco), y en todas sus expansiones contextuales (del bocado al plato, del plato a la comida, de la comida al ambiente, etc.).

Lo que se mantiene inmutable, sin embargo, es que la direccionalidad del proceso gustativo siempre va de gustoso a sabroso. Así invertimos el razonamiento habitual: no viene primero la sensación y luego la cognición sino todo lo contrario: la cognición ya está ahí, y dicta los patrones semánticos y culturales de la percepción; la sensación puede emerger si y cuando logra esquivar estos esquemas, y hacer resurgir la estesia como tal. La que, sin embargo, siendo en sí misma indecible, sólo puede categorizarse *après coup*, de manera nostálgica e imperfecta, aproximada. El proceso sensorial es, justamente, un proceso: no una serie de sensaciones aisladas puestas en línea de manera más o menos casual, sino una serie sintagmática de eventos sensoriales y no sensoriales que adquieren sentido a partir de las reglas sintagmáticas de concatenación. Lo sensorial emerge cuando se rasga el velo de la figuración; esta ‘guarda en la memoria’ lo que ha evitado, por lo tanto, es afectado por la cultura que también decide rechazar, entrando en competencia con ella. En el caso de Babette, por ejemplo, como ha puesto de manifiesto Mangiapane (2013), el malentendido entre las dos formas de degustar se encierra en un conflicto interétnico más profundo y más sutil. Detrás del choque religioso entre el espíritu y la carne, está el antropológico entre Francia y Noruega, entre la alta *gourmandise* parisina y la cocina tradicional escandinava, aunque dispuesta a convertirse, con un orgullo identitario aún por inventar, también en alta cocina. Como diciendo que lo sabroso nunca queda como tal finalmente, busca, de alguna manera, otros códigos que lo devuelvan, banalizando, al nivel de lo gustoso.

Notas

* Este artículo fue traducido del italiano por María de los Ángeles Montes (CONICET, IDH-UNC): montes.m.angeles@gmail.com.

1. N.T.: se trata de una seta comestible difundida en Europa. En España se lo conoce como hongo blanco o seta calabaza.

2. Lo mismo ocurre, básicamente, en el lenguaje, donde alguna sustancia sonora articulada reenvía, arbitrariamente, a algún contenido articulado. Sin embargo, si luego recorto esa sustancia nuevamente dando un valor a las relaciones entre los sonidos (por ejemplo, con rima u otras formas de asonancia) puedo producir más significados: dos palabras que riman tienden a estar asociadas también a nivel semántico.

3. N.T.: Cristal es un Champagne de la finca Louis Roederer, de origen francés.

4. N.T.: Chianina es una raza de ganado, autóctona del centro de Italia.

5. Recorriendo las famosas páginas de Mario Soldati (1969) sobre el vino italiano, aparece de manera bastante evidente la tensión entre estas dos dimensiones del gustoso (cuando hay problemas del territorio que expresa el vino) y lo sabroso (cuando se propone abordar el vino sin tener en cuenta etiquetas y denominaciones). Sobre esta cuestión cf. Donà (2021, pp. 124-130).

6. Sobre la degustación del vino desde el punto de vista semiótico puede consultarse a Grignaffini (2000), Bordron (2003), Boutaud (2005), Moutat (2015).

7. Cfr. Marrone (2016, pp. 53-55) donde hemos usado esta dicotomía para discutir las maneras de ejecutar una receta/partitura.

8. Una reinterpretación semiótica de esta dicotomía la encontramos en Floch (1995).

9. Sobre las cuales se pueden consultar los trabajos de Korsmeyer (1999, pp. 255-266), Appelbaum (2011, pp. 232-240) y Mangiapane (2013).

10. Aunque la película, observada detenidamente, es mucho más rica que el relato, precisamente por dar cuenta de esta oposición entre gustoso y sabroso durante el almuerzo final: silencios embarazosos, ruidos de cristalería y cubertería, miradas bajas o enfocadas, movimientos de cámara alrededor de la mesa, el misma caracterización fisionómica y la puesta en escena de los distintos personajes marcan muy claramente la distancia, así como la cadena de malentendidos que surgen durante el almuerzo, y que atañen precisamente a estos dos lenguajes presentes en el momento de la degustación.

Referencias bibliográficas

- APPELBAUM, R. (2011). *Dishing It Out*. Reaktion Books.
- BORDRON, J.-F. (2003). Perception et énonciation dans l'expérience gustative. L'exemple de la dégustation d'un vin. En A. Henaul (Ed.), *Questions de sémiotique*. Paris.
- BOUTAUD, J.-J. (2005). *Le sens gourmand*. Rocher.
- DONÀ, M. (2021). *Sapere il sapore. Filosofia del cibo e del vino*. ETS.
- FLOCH, J.-M. (1995). *Identités visuelles*. Puf.
- GREIMAS, A. J. (1984). Sémiotique figurative et sémiotique plastique. *Actes sémiotiques*, 6(60), 5-24.
- (1987). *De l'imperfection*. Pierre Fanlac.
- GRIGNAFFINI, G. (2000). Estesia e discorsi sociali: per una sociosemiotica della degustazione del vino. En E. Landowski y J. L. Fiorin (Eds.), *O gusto da gente, o goso daas coisas* (pp. 214-232). EDUC.
- KORSMEYER, C. (1999). *Making senses of taste. Food & philosophy*. Cornell U.P.
- LÉVI-STRAUSS, C. (1962). *La pensée sauvage*. Plon.
- MANGIAPANE, F. (2013). Il pranzo di Babel. Misunderstanding nel 'Pranzo di Babette'. En D. Mangano y G. Marrone (Eds.), *Dietetica e semiotica* (pp. 227-259). Mimesis.
- MARRONE, G. (2016). *Semiotica del gusto*. Mimesis.
- MAZZOCUT-MIS, M. (Ed.). (2015). *Dal gusto al disgusto. L'estetica del pasto*. Cortina.
- MERLEAU-PONTY, M. (1945). *Phénoménologie de la perception*. Gallimard.
- MOUTAT, A. (2015). *Du sensible à l'intelligible. Pour une sémiotique de la perception*. Lambert Lucas.
- PERULLO, N. (2021). *Epistenologia. Il vino come filosofia*. Mimesis.
- SOLDATI, M. (1969). *Vino al vino. Alla ricerca di vini genuini*. Mondadori.

Por una semiótica de los objetos de cocina* / For a Semiotic of Kitchen Objects

Dario Mangano ORCID 0000-0003-2643-6147

RESUMEN

¿Cuándo y cómo nació la cocina? Muchos dirían con el fuego, y luego con la cocción. Una cocción que debía realizarse suspendiendo los alimentos sobre una llama abierta, pero este momento debió ocurrir mucho más tarde en la historia humana. El gusto, y por tanto la cocina, nace precisamente cuando se empieza a pensar en lo que la naturaleza ofrece como algo a transformar. En el principio, entonces, fue el cuchillo. Cocinar deriva de la capacidad de imaginar más que de hacer; esta capacidad de pensar las transformaciones se desarrolla cuando es posible concebir un instrumento que intervenga sobre la materia. El objeto-cuchillo es a la vez una herramienta adecuada para *hacer* cosas, y un dispositivo necesario para *pensar* de una manera diferente. Analizarlo semióticamente como texto nos permite, entonces, reconstruir el conjunto de transformaciones que presupone y, en consecuencia, la cultura que lo produjo.

Palabras clave: cocina, cultura, objetos, cuchillo, transformaciones.

ABSTRACT

When and how did cooking come into being? Many would say with fire and then with cooking. Cooking had to take place by suspending food over a flame, but this moment must have occurred much later in human history. Taste, and therefore cooking, was born precisely when we began to think of what nature offered us as something to transform. In the beginning, therefore, there was the knife. Cooking derives from the ability to imagine rather than to do; this ability to think about transformations develops when it is possible to conceive of an instrument that intervenes on matter. The knife-object is both a tool for *doing* things and a necessary device for *thinking* differently. Analyzing it semiotically as a text allows us, therefore, to reconstruct the set of transformations it presupposes and, consequently, the culture that produced it.

Keywords: cooking, culture, objects, knife, transformations.

Dario Mangano es profesor titular de Semiótica en la Universidad de Palermo. Enseña Semiótica y Semiótica de la Marca en los cursos de licenciatura de Ciencias de

la Comunicación y Semiótica en el curso de Diseño Industrial. Es Presidente de la Asociación Italiana de Estudios Semióticos (AISS). En la misma universidad dirige también el Laboratorio de Comunicación del Departamento de Cultura y Sociedad. Ha publicado varios libros y artículos, entre ellos *Ikea e altre semiosfere* (Mimesis, 2019), *Che cos'è la semiótica della fotografia* (Carocci, 2018) *Che cos'è il food design* (Carocci, 2014), *Semiotica e design* (Carocci, 2008). Editó *Politics of Design* de Bruno Latour con Iliana Ventura Bordenca (Mimesis 2021) y editó y tradujo al italiano *Dal principiante all'esperto* de Hubert Dreyfus (Sossella, 2021). E-mail de contacto: dario.mangano@unipa.it

FECHA DE PRESENTACIÓN: 20/06/2023 FECHA DE APROBACIÓN: 30/07/2023

1. La cultura material

¿Cuándo y cómo nació la cocina? Muchos dirían con el fuego, y por tanto con la cocción, que, desde un principio, tuvo que hacerse suspendiendo los alimentos sobre una llama abierta. Un momento que debió ocurrir relativamente tarde en la historia humana, no solo por la dificultad que implica encender un fuego, sino también por la imaginación que se necesita para pensar que un producto natural puede mejorar con el calor. Basta con pensarlo un momento para comprender que la idea de cocinar debió de surgir mucho antes. El verdadero problema no era de carácter práctico- encender un fuego, encontrar un soporte que no se quemara, herramientas para evitar quemaduras, etc. — si perceptivo, ligado a la forma de pensar sobre las sustancias naturales de las que se rodeaban nuestros antepasados. Pensando en ello, para poder imaginar un bistec, primero había que mirar la ternera de la que se procedía de una manera diferente. Viéndolo no como un todo indistinto, sino como un conjunto de partes que pueden ser transportadas, almacenadas, cocinadas y finalmente degustadas. Advertencia, esto no solo se aplica a los animales. Incluso el mundo vegetal presupone un gran número de transformaciones. Un fruto simple se compone de diferentes partes: una parte externa -la cáscara- una parte interna -la pulpa- pero también otras como las semillas o el pecíolo.

El gusto, y por lo tanto la cocina, nacen precisamente cuando empezamos a pensar en lo que la naturaleza nos ofrece como algo a transformar, un objeto formado por partes que no tienen todas el mismo valor. Pero este es el primer paso, porque solo después de haber imaginado la posibilidad de dismantelar un objeto, uno puede imaginar algo aún más complejo, que es recombinar partes de diferentes productos naturales. Así nació la idea de un ingrediente, sin el cual la cocina, entendida como la elaboración de productos naturales, no existiría. Es fácil entonces llegar a una conclusión bastante obvia: al

principio fue el cuchillo. Sólo cuando el hombre se puso en condiciones de poder dividir lo que la naturaleza le ofrecía, y por lo tanto de pensar en nuevas combinaciones, pudo desprenderse del estado de naturaleza para entrar en un estado de cultura (Auricchio 2012; Bay 2010; Gopnik 2011; Macgregor 2010; McFadden 2000; Wilson 2012).

Ahora bien, hay dos resultados que son el punto de partida de este ensayo: el primero es que cocinar deriva de la capacidad de imaginar más que de hacer; la segunda, casi paradójica, es que esta capacidad de pensar las transformaciones se desarrolla cuando se puede concebir una cuchilla que interviene sobre la materia (Bastide 1987). El objeto-cuchillo es a la vez una herramienta, útil para hacer cosas, y un dispositivo necesario para pensar de una manera diferente. Es gracias a este carácter dual de los objetos, en parte materiales y en parte abstractos, que podemos hablar de cultura material, entendiendo por esta expresión no sólo el valor que asumen los objetos en una determinada comunidad, sino la forma en que su configuración contribuye a conformar la cultura misma (Leroi-Gourhan 1945). Pero es también gracias a esa misma naturaleza dual que el universo de los utensilios de cocina se convierte en objeto de estudio para una disciplina como la semiótica (Mangano 2008; Mangano, Mattozzi 2009). No sólo no hay cocina sin objetos, sino que sin ellos no hay ni siquiera ese sistema semiótico que llamamos gastronomía. Una semiosfera formada por objetos, ingredientes, ocasiones, gustos y dis-gustos que son la base de cualquier plato (Barthes 1961; Giannitrapani, Marrone 2012). Las herramientas que utilizamos para preparar los platos más diversos, entonces, no son solo herramientas sino participantes activos, actantes sin los cuales el cocinero como híbrido no existiría (Mangano, Marrone 2002; Galofaro 2004; Giannitrapani 2004; Latour 2021; Peverini 2024).

2. El cuchillo del cocinero



FIGURA 1. El cuchillo del chef europeo (aquí en su versión de origen alemán).



FIGURA 2. Un yanagi japonés.



FIGURA 3. Un santoku japonés.



FIGURA 2. Un tou chino.

Para una gastronomía como la japonesa, todo esto se da por hecho. Pensemos en sushi, y más aún en sashimi. En estos dos platos típicos, la principal transformación que sufre el alimento no se produce por exposición al calor sino por corte. El sashimi es un trozo de pescado crudo, pero como bien sabe cualquier japonés, esto no quiere decir que no esté "cocido". El chef debe conocer bien los diferentes pescados, saber limpiarlos, ser





capaz de obtener de su carne bocados de forma perfecta y una consistencia sabrosa. Una operación que es posible gracias a un cuchillo que, en Japón, se considera el cuchillo de chef por excelencia y que es muy diferente al común en Occidente. Interesante expresión “cuchillo de chef”. De hecho, con él nos referimos al cuchillo indispensable para cocinar, el que todo cocinero debe tener. Y sin embargo, basta con viajar un poco para descubrir que dependiendo del país en el que te encuentres, este cuchillo cambia de forma (Ward 2008).





En la mayoría de los países occidentales, el cuchillo de chef se parece mucho al que se muestra en la fig. 1, un diseño que se originó en la época medieval entre Francia y Alemania (Flandrin, Montanari 1997; Fernández-Armesto 2000; Lumb 2009). Para quienes lo usan a diario es una herramienta de propósito general, capaz de cortar una gran cantidad de ingredientes de diferentes formas. Pero su infinita versatilidad es solo aparente, como lo demuestra la comparación con los cuchillos de chef japoneses. En ese país existen dos herramientas de corte fundamentales: el *yanagi* y el *santoku*. El primero es un cuchillo puntiagudo, bastante largo (pero también hay modelos cortos) y con una curvatura muy limitada (fig. 2), que tiene el filo solo por un lado para que el corte sea más limpio y preciso. Esto lo hace particularmente adecuado para cortar, en rodajas finas, materiales blandos como el pescado crudo. Mucho más de lo que puede hacer el cuchillo europeo. Suficiente para ser considerado el cuchillo de sashimi por excelencia. En las versiones más cortas también es muy útil para limpiar y filetear. Lo importante no es solo su hoja, sino también el mango, que consiste en un mango de bambú delgado y corto que, al ser más pequeño que una mano promedio, obliga a los dedos a deslizarse hacia adelante hasta tocar la hoja, apoyándose así en la muñeca (tab. 1). Cuando esto ocurre, el origen del movimiento que da lugar al corte cambia: ya no se produce precisamente a la altura de la muñeca, como en el cuchillo occidental (que de hecho tiene un mango ancho en el que caben cómodamente todos los dedos), sino a la altura del antebrazo y del codo. Este simple cambio posibilita un control muy diferente de la hoja, ya que los movimientos que sufre se producen sobre otras articulaciones, resultando mucho más precisos y controlados. Justo lo que necesitas para conseguir esos cortes imprescindibles para transformar el pescado en sashimi.

El *santoku*, que recientemente también se ha vuelto muy popular en Occidente (fig. 3), deriva su nombre de los “tres usos” a los que se presta: rebanar, cortar en cubitos y triturar. En este caso la hoja es ancha y bastante cuadrada, mientras que la curvatura del filo es muy pequeña, pero el mango es ancho y por tanto el control se realiza a la altura de la muñeca como en el cuchillo occidental. El uso previsto es muy diferente al anterior y, en cierto sentido, complementario al mismo: no se utiliza para el pescado sino para los otros grandes ingredientes de la cocina japonesa que son las verduras. De hecho, se utilizan en muchos platos, donde a menudo están presentes en forma de finas láminas o tiras, o toman la forma de elegantes bocados. Un uso, el de las verduras, que los japoneses comparten con la vecina China, que de hecho dedica su propio “cuchillo de chef”, llamado *tou*, a este ingrediente (fig. 4). Visto más de cerca es un modelo que incorpora muchas características del *santoku*, llevándolas al extremo. Mucho más ancho

y pesado que este último, tiene una hoja con una curvatura mucho menos pronunciada, hasta el punto de parecer casi recta. Pero sobre todo tiene un mango diferente, que en cierto modo se asemeja al del *yanagi* por su tamaño pero también por la forma en que te obliga a sujetar el cuchillo proyectando los dedos sobre la hoja. También en este caso se rigidiza de hecho la muñeca y se inicia el movimiento desde el codo, consiguiendo no sólo un alto control y una excelente precisión, sino también la posibilidad de bajar rápidamente el cuchillo, realizando un gran número de cortes muy rápidos.

Desde el punto de vista del cuchillo, por así decirlo, lo que importa no es sólo la forma que tiene originalmente la materia prima (un pescado, un calabacín, alguna carne, etc.) sino la que tendrá que adoptar después (un bocado de sashimi, un dado o una succulenta costilla). Acciones que podemos reconstruir en detalle analizando las dos interfaces que posee el cuchillo: la primera es la que está dirigida al usuario humano, funcional al agarre y la forma en que se ejercerá la acción; el segundo, que indicamos, en cambio, como interfaz con la materia, se refiere a los ingredientes y tiene en cuenta sus propiedades mecánicas. Una tabla ayuda a resumir los efectos que produce la conformación de las diferentes interfaces de estos cuatro cuchillos (tab. 1).

	Yanagi (Japón)	Santoku (Japón)	Tou (China)	Cuchillo de cocinero (Europa)
				
Interfaz con el ser humano	Mango: corto y delgado, sin forma Posición de los dedos: índice y pulgar a lo largo de la hoja, golpes de agarre contra la muñeca Movimiento: longitudinal Actuadores de movimiento: con la muñeca rígida, el movimiento se coloca en el antebrazo y el hombro, volviéndose más estable y preciso	Mango: tamaño estándar, ligeramente perfilado Posición de los dedos: se deslizan sobre la cuchilla hasta que su altura les permita mantenerse a cierta distancia de lo que se está cortando. Movimiento: de percusión /longitudinal Actuadores del movimiento: antebrazo al que se añade un modesto juego de muñeca	Mango: muy corto, sin forma Posición de los dedos: entre la hoja y el mango Movimiento: de percusión Actuadores de movimiento: antebrazo	Mango: estándar, con forma Posición de los dedos: en el mango con posibilidad de extender hasta la hoja Movimiento: longitudinal Actuadores de movimiento: muñeca y antebrazo

Posición de corte ideal				
Interfaz a la materia	<p>Forma de la hoja: delgada y alargada</p> <p>Filo: un solo lado</p> <p>Curvatura: mínima</p> <p>Máxima eficacia: movimiento longitudinal</p>	<p>Forma de la hoja: ancha y ligeramente alargada</p> <p>Filo: simple o doble cara</p> <p>Curvatura: mínima</p> <p>Máxima eficacia: combinación de percusión y ligero movimiento longitudinal</p>	<p>Forma de la hoja: muy ancha</p> <p>Filo: en ambos lados</p> <p>Curvatura: ninguna</p> <p>Máxima eficacia: percusión</p>	<p>Forma de la hoja: alargada, estrechándose gradualmente</p> <p>Filo: en ambos lados</p> <p>Curvatura: Pronunciada</p> <p>Máxima eficacia: movimiento longitudinal</p>
	<p>Es ideal para cortar pescado blando con precisión. Es el típico cuchillo de sashimi.</p>	<p>Es un cuchillo polivalente con propensión a la percusión y buen control. Es una herramienta ideal para realizar cortes repetidos y precisos como los que se requieren para cortar vegetales y verduras.</p>	<p>Aunque en China se utiliza para muchos tipos de corte, sus características lo orientan definitivamente hacia la percusión repetida. Es perfecto para el corte regular de verduras que consigue reducir en trozos de tamaño mínimo. El grosor de la hoja ayuda a volver a montar la verdura después de cada corte y antes del siguiente</p>	<p>Aunque se presta a múltiples usos, al examinar más de cerca es evidente su aptitud para cortar carne, que es capaz no solo de trocear con eficacia sino, gracias a la punta, de incisión, separación, etc. Válido para cortar verduras, expresa menos consistencia en la precisión que los modelos con hoja más ancha</p>

Queda por aclarar de dónde viene la forma del cuchillo de chef occidental. Su origen en la Edad Media está ligado al consumo de carne, quizás la de un animal entero asado que había que partir delante de los comensales. Para ello, de hecho, se necesitaba un cuchillo que tuviera punta, que fuera capaz de producir cierta fuerza (de ahí la curvatura de la hoja y su progresivo engrosamiento desde el filo hacia el lomo), pero con el que también se pudieran hacer lonchas mucho más gruesas que las de la cocina

oriental. Movimientos no especialmente refinados para los que el pulso era más que suficiente, y que no tenían la repetitividad característica de trocear verduras.

3. La invención de la olla

Hoy miramos la olla como el más simple de los utensilios de cocina. No hablo de una olla en particular, con una forma específica como las muchas que tenemos, sino de un recipiente genérico capaz de contener sustancias sólidas y líquidas y resistir el calor. Sin embargo, esta invención llegó muy tarde en la historia humana (Vitelli 1989). De hecho, para construir un objeto de este tipo se necesita un material que tenga dos características: la primera es la maleabilidad necesaria para darle una forma que permita la función contenedora, y la otra es la resistencia, imprescindible para soportar el calor de una llama. El problema es que tal material no existe en la naturaleza. La madera es maleable, pero no resistiría una llama abierta, algo que la piedra hace muy bien, pero es muy difícil de moldear. Tomó miles de años solucionar el problema con la terracota. Su invención debió ser fruto de la casualidad: probablemente un fuego encendido al anochecer cerca de un depósito de este material lo había solidificado a la mañana siguiente, llenando de asombro a nuestros antepasados. Hablamos de una era que coincide aproximadamente con el Paleolítico Superior, que comienza hace unos 40.000 años, época en la que los hombres vivían en pequeñas comunidades nómadas de cazadores y recolectores y no conocían la agricultura. Este último habría comenzado a desarrollarse recién en el Neolítico, o hace unos 10.000 años, junto con grandísimas innovaciones precisamente en el uso de la terracota.

De hecho, hay que decir que cuando el hombre descubre este material, no empieza a construir con él las importantísimas vasijas o cualquier otro tipo de recipiente. En ese momento se alimentaba de lo que la naturaleza le ofrecía de forma espontánea y se movía continuamente, tanto para encontrar nuevos alimentos como para escapar de los depredadores. Así que no necesitaba guardar mucho. Además, y esto es un hecho inconcebible para nosotros, no contemplaba un método de cocción como el hervido. Nuestros antepasados conocían el efecto del calor sobre la carne y probablemente sobre los vegetales, pero la relación entre éstos y la llama era directa, lograda suspendiendo fragmentos de comida sobre la fuente de calor. ¿Qué se hacía entonces con la terracota? La respuesta va en sentido contrario a lo que cabría esperar: no objetos cotidianos sino artefactos que tenían un valor puramente simbólico, como pequeñas estatuillas a las que se les otorgaba un valor ritual. En resumen, la llamada necesidad primaria no era en absoluto de tipo material sino simbólica.

Para encontrar los primeros recipientes de terracota utilizados para cocinar alimentos, hay que esperar al 10.000 a.C e ir a las costas de Japón, donde un pueblo llamado los Jomon comienzan a utilizar artefactos cilíndricos para calentar los mejillones que abundaban en esos mares. En resumen, la primera receta parecería haber sido una sopa de mejillones. Naturalmente muy elemental, ya que a nuestros antepasados sólo les

interesaba que las conchas se abrieran sin quemarse el molusco de dentro y sin degustar un sabroso fumet. De esta manera, sin embargo, también terminaron por conservar el agua contenida entre las conchas, cambiando el sabor de los mariscos. Sin embargo, el valor simbólico no disminuyó ni siquiera en este caso, ya que las primeras vasijas de la historia no eran en modo alguno objetos toscos, resultado de una técnica torpe: no solo tenían una forma sorprendentemente regular para un pueblo que no conocía el torno de alfarero, sino que estaban finamente decoradas por fuera, envolviendo la terracota aún fresca con una cuerda trenzada que así dejaba su huella. El significado de la palabra Jomon es de hecho “cuerda”.

A estas alturas podríamos pensar que el paso del tostado al hervido fue solo un problema de difusión de esta innovación, pero una vez más las cosas no son como pensamos. Es cierto que la técnica del trabajo de la terracota se extendió rápidamente desde los pocos lugares donde se originó (Japón es uno de ellos), mejorando enormemente gracias al torno alfarero, pero también es cierto que la costumbre de utilizar estos objetos para cocinar quedó inicialmente muy limitada. Los recipientes de todo tipo son muy útiles cuando la agricultura empieza a afianzarse y las comunidades humanas dejan de deambular construyendo casas y llenándolas de objetos, pero una vez más el paso de la función potencial de cocinar a su realización no es nada evidente. Es cierto, por ejemplo, que las enormes cantidades de cerámica encontradas en la caverna del Peloponeso llamada *Franchthi*, considerada una de las evidencias más antiguas de agricultura en Grecia (los hallazgos datan del 6.000 al 3.000 a. C.), aunque aptas para ser quemadas, no sirvieron para este fin. Al menos, no a diario. Aquellas pocas piezas que presentaban signos de exposición a las llamas no solo tenían una factura que no sugería un uso constante, sino que sobre todo tenían en su interior restos de sustancias alimenticias que no formaban parte de la dieta diaria. La hipótesis que han hecho los arqueólogos es que incluso en ese caso se trataba de herramientas utilizadas dentro de ritos que implicaban el consumo de alimentos. Una posibilidad nada remota si nos fijamos en las ceremonias contemporáneas y el papel que en ellas juega la ingestión de sustancias.

4. Comparando culturas: wok y saltapasta



FIGURA 5. Un saltapasta



FIGURA 6. Una wok tradicional chino



FIGURA 7. La forma tradicional de servir los espaguetis con salsa de tomate, sazonando los espaguetis una vez en el plato.



FIGURA 8. Un plato de espaguetis con salsa de tomate servido según la nueva tendencia, en el que la pasta y la salsa se fusionan a la perfección gracias al uso del salteado de pasta

Si la primera olla ciertamente fue de loza, con el descubrimiento de los metales todos los utensilios de cocina, incluidas las ollas, cambiaron profundamente. Además de volverse más resistentes, se cocinan de forma diferente precisamente por las características físicas de este nuevo material. Si la cerámica, que conduce mal el calor acumulándolo en su interior y liberándolo lentamente, es apta para cocciones largas y lentas, la plancha se calienta rápidamente, devolviendo toda la fuerza transformadora de la llama. Sin embargo, incluso para estos últimos es válido lo que se ha dicho sobre las ollas de barro: el potencial de la innovación técnica no necesariamente repercute en la cocina y, sobre todo, no de inmediato. Es más correcto pensar que las herramientas y necesidades, de las que idealmente constituían una respuesta, en realidad se manifestaron simultáneamente, como evolución de un pensamiento culinario que sostenía juntos a los platos y las formas de hacerlos.

Para ilustrarnos bien, un caso que concierne a la gastronomía italiana, que en tiempos relativamente recientes ha acogido dentro de la dotación “estándar” de las cocinas una olla que nunca había formado parte de ella: se trata de una especie de wok que en el país de los espaguetis ha tomado el nombre de saltapasta. Antes de continuar, es necesario aclarar el valor de tal cambio. La cocina italiana es sin duda una de las más conocidas e imitadas del mundo, presentando una enorme variedad de platos, sobre todo si tenemos en cuenta las relativamente reducidas dimensiones geográficas de este país (Capatti, Montanari 1999). Entre estos, la pasta tiene una posición destacada. No solo por la popularidad internacional que comparte con la pizza, sino por las grandes variaciones que permite. Hay miles de toppings posibles, las formas que puede tomar la mezcla de harina y agua y los procesos a los que puede ser sometida. Estos hechos le permiten transformarse adaptándose a las tradiciones de las diversas regiones, manteniendo un fuerte reconocimiento y, por lo tanto, un poder unificador. Por otro lado, se sabe que la cocina contribuyó mucho a hacer de Italia un país unido en la segunda mitad del siglo XIX. Un papel tan importante ha hecho de la preparación de la pasta en Italia un verdadero ritual que, al igual que los religiosos, debe seguirse cuidadosamente para que sea eficaz. Y como todo rito, implica la utilización de una serie de

objetos, entre los que, sin embargo, nunca ha habido una olla con la forma que tiene hoy la sartén. La razón es muy sencilla: tradicionalmente no se saltaba la pasta. La pasta, como se llamaba hasta hace unos cincuenta años para diferenciarla de las sopas que se cocinaban junto con la salsa, primero se hervía y luego se sazónaba cuando ya estaba en el plato (según la región, también se la denominaba “sopa seca”). El comensal se encontraba pues frente a una montaña de espaguetis encima de los cuales estaba la salsa (fig. 7). El primer gesto que hizo entonces fue mezclar pasta y salsa, mezclando los dos componentes a su gusto, ayudando así a definir el plato. De ahí el equipamiento estándar de las cocinas que incluía ollas altas con una clásica forma cilíndrica, perfectas para hervir espaguetis largos (los bajos, las llamadas sartenes, se usaban mayoritariamente para preparar condimentos), o planos como una sartén. Ninguna de las sartenes tenía bordes curvos, y de altura media, como aquellas para saltar la pasta.

Esto ya no sucede hoy. Casi no hay hogar que no acoja un ejemplar de este nuevo tipo de olla. Un éxito tan enorme y repentino como para dejarnos boquiabiertos: ¿es posible que a nadie se le hubiera ocurrido antes? Después de todo, no es una tecnología particularmente sofisticada, sino simplemente dar una forma inusual al metal simple. En resumen, ciertamente no fueron los conocimientos técnicos o los procesos industriales los que impidieron este progreso, sino el gusto mismo: solo cuando este cambió se podrían transformar las herramientas culinarias. Hoy, de hecho, la pasta siempre debe servirse salteada. Incluso cuando se sazona simplemente con salsa de tomate, se debe mezclar antes de colocarlo en el plato y no después (fig. 8). Alguien lo considerará una mera moda, sugiriendo así que es un capricho sin sentido destinado a desaparecer pronto como lo hacen las tendencias, sin embargo esta moda no solo ha hecho que se vendan millones de cacharros en unos años, sino que será muy difícil volver atrás. Cierzo, habrá nuevas modas, pero les será imposible no tener en cuenta esta transformación del gusto.

Es en este punto cuando entra en escena la sartén wok (Woo 1996). Sus paredes altas y ligeramente curvas contienen muy bien los escurridizos espaguetis durante la agitación; el metal del que está hecho se calienta rápidamente y distribuye el calor uniformemente; y finalmente la gran superficie de la boca (la forma es la de un cono truncado con el diámetro de la base inferior más pequeño que el de la base superior) permite que los líquidos se evaporen rápidamente. No es que no se pueda obtener el mismo resultado con una sartén común, pero en ese caso se necesita mucha más destreza, mientras que con el wok la forma del objeto sugiere los movimientos adecuados, acompañando al usuario y evitando que se derrame la comida. En resumen, el wok es una perfecta “máquina de saltar”. De ahí las extraordinarias ventas de este modelo de olla en una zona donde la tradición parecería siempre llevar la delantera.

Queda por entender cuáles son los vínculos de esta olla con la cultura en la que se originó. Si, como hemos dicho, los utensilios de cocina son la expresión de una determinada tradición gastronómica, su forma viene determinada a partir de ella, y por tanto de las transformaciones que la caracterizan y de la forma que tiene la cultura

de concebir lo “bueno”. Además, el wok es una olla muy antigua, cuyos primeros ejemplos datan de hace 2000 años, hecho que lo sitúa históricamente en la base de la gastronomía china. Un país donde, sin embargo, no hay pasta que saltar, o al menos preparaciones equivalentes a las de la gastronomía italiana, dado que los espaguetis chinos, los llamados *noodles*, no solo tienen una consistencia diferente a la pasta de trigo duro ya que suelen estar elaborados con harina de legumbres y otros cereales, sino que se elaboran y alían de forma muy distinta. Además, el wok no está dedicado en absoluto a los *fideos* (como la salsa con la pasta), sino que se utiliza para muchas preparaciones, desde el *salteado*, el dorado rápido de carne y verduras, a menudo marinadas por expertos, hasta la fritura (AA.VV. 2004). Métodos de cocción que en Italia nadie haría nunca en la sartén para pasta, reservándose para otro tipo de sartenes. De hecho, en una inspección más cercana, el wok y la sartén para saltar la pasta no son idénticos en absoluto (figs. 5 y 6). En primer lugar, el wok tradicional no tiene un fondo plano sino curvo (fig. 6), hecho que obliga a suspenderlo sobre la llama de una cocina de gas mediante un anillo adaptador; además, la curvatura de las paredes en el wok es más suave que en el molde para pasta; y por último están las asas, que en el wok tradicional suelen ser dos, parecidas a las de una cacerola común, mientras que en la sartén para pasta solo hay una, más bien alargada. Ahora bien, ninguna de estas diferencias es accidental. De hecho, cada uno hace referencia a una forma diferente que tiene este objeto de entrar en relación con las personas, los seres humanos que lo utilizarán para llevar a cabo las transformaciones previstas por un cierto número de recetas, por un lado, y con las cosas, entidades no humanas que pueden ser tanto los ingredientes que se colocarán en su interior como otros objetos, por el otro. Tomemos los mangos que mencionamos anteriormente. Realizarlos como los de la fig. 6 significa pensar en ellos únicamente como un punto de agarre para levantar la cubeta y moverla, muy diferente de lo que ocurre con la de la fig. 5, una verdadera palanca que en cambio favorece aquellos movimientos que son propios de la práctica común de “saltar”. Entendemos entonces que en el wok chino tradicional el movimiento de los ingredientes, imprescindible para que no se quemen, debe impartirse con una cuchara. Se trata de la práctica tradicional del sofrito, en la que, como dicen los expertos, la cocción debe llevar menos tiempo del que se tarda en hacer una ensalada.

Otra interfaz que tiene valor culinario es la parte inferior. Hacerlo curvo, como en el wok tradicional, significa no solo favorecer el sofrito, que obliga a los ingredientes a moverse continuamente en la olla, sino también otro tipo de fritura que es la fritura profunda, que se realiza sumergiendo completamente los alimentos en aceite hirviendo. Ahora, un fondo completamente redondo te permite usar menos aceite para mojar un pequeño bocado de carne o verdura que con un fondo plano. Pero si por un lado está la relación entre alimento y olla, por otro está la que existe entre alimento y boca. Y en China, se sabe, la mediación respecto de estos últimos se obtiene con palillos chinos, hecho que obliga a freír pequeños trozos, del tamaño de un bocado. Por eso se han seguido utilizando los woks curvos a pesar del inconveniente de acoplar un anillo adaptador al quemador. Y es por eso que cuando el wok, una verdadera olla migrante, llegó a Italia, era posible aplanar el fondo sin comprometer su funcionamiento.

Evidentemente, esto no significa que en Italia no se fríe, sino que se fríen diferentes cosas de diferentes maneras y, sobre todo, que luego se cortan, se parten, se dividen, en fin, se convierten en “unidades de degustación” como los bocados.

5. El diseño en el ámbito alimentario

Para concluir, no podemos dejar de mencionar las repercusiones que una perspectiva como la que hemos presentado tiene sobre la noción misma de diseño. De hecho, durante décadas la tarea del diseño se resumió en la idea de que la forma sigue a la función, es decir, que debe ser la función la que determine en detalle la configuración que debe tener un determinado objeto. Hasta el punto de que esta forma en sí misma no debería haber cambiado si no fuera por las necesidades funcionales cambiantes. A la luz de lo que hemos dicho sobre los muchos objetos vinculados a la gastronomía, es necesario, sin embargo, preguntarse no sólo si es posible ese proceso unívoco que va de la función a la forma, sino también y sobre todo en qué consiste esa función. Como hemos visto, en efecto, la función de un cuchillo no es simplemente cortar, como tampoco la de una olla es genéricamente cocinar. El cuchillo está diseñado para cortar algo de una manera específica, y estas determinaciones posteriores se definen sólo dentro de una concepción precisa de la comida, de lo que se considera bueno y lo que no, aspectos que están lejos de ser objetivos y universales, como lo demuestran las diferentes tradiciones presentes en el mundo (Leroi-Gourhan 1945; Lévi-Strauss 1958, 1962, 1968). Lo mismo ocurre con la olla, que está hecha para producir cierto tipo de calor durante un tiempo determinado, así como para albergar ingredientes específicos, lo que permite realizar sobre ellos acciones precisas. Cuestiones todas que, como hemos dicho, también se encuentran en los objetos utilizados para el consumo de los alimentos y no sólo para su preparación. Podría haber muchos otros ejemplos más allá de los que hemos dado, y en cada uno de ellos surgirían nuevos temas y factores, lo que no debe cambiar es precisamente la mirada que ejercemos sobre cada uno. Una mirada que nunca piensa en objetos individuales o platos individuales, con características de fabricación específicas, prefiriendo mantener una perspectiva que permita percibir y potenciar las relaciones entre objetos, platos, usos, costumbres y rituales. Desde una perspectiva que piensa la gastronomía como un producto cultural, son las redes las que cuentan más que los nodos individuales que las componen, especialmente cuando se trata de una dimensión de la vida tan importante como la de la alimentación. Solo así es posible pensar el diseño en relación con la cultura gastronómica. Una relación que, una vez más, no es unívoca -no viene primero una idea de alimento y luego el objeto con el que se elabora-, sino de presuposición mutua: un sistema de objetos y un sistema de gustos se dan juntos, influyéndose mutuamente de forma continua. Hasta el punto de que cuando un diseñador piensa en un nuevo producto que tiene que ver con la cocina, no solo debe preguntarse cómo funcionará, si tendrá éxito comercial, si será barato de producir o fácil de reciclar una vez que ya no sea útil, sino qué tipo de cambios introducirá en la gastronomía de la que formará parte. En

definitiva, qué papel asumirá en ese sistema de sentido que llamamos alimento en el que sujetos y objetos se definen únicamente por el papel que asumen y no por las presuntas características ontológicas que presentan. Un sistema que la semiótica tiene las herramientas para reconstruir.

Notas

* Traducción al castellano para deSignis a cargo de Sebastián Gastaldi (UNC)
sebastian.gastaldi@unc.edu.ar.

Referencias bibliográficas

- AA.VV. (2004). *100 ricette di cucina italiana wok*. Giunti.
- AURICCHIO, V. (2012). *Design in cucina*. Giunti.
- BAY, A. (Ed.). (2010). *Enciclopedia della cucina*. Garzanti.
- BARTHES, R. (1961). *Pour une psycho-sociologie de l'alimentation contemporaine*. *Annales ESC*, 16.
- BASTIDE, F. (1987). *Le traitement de la matière: opérations élémentaires*. *Actes semiotiques*, 89.
- CAPATTI A. Y MONTANARI M. (1999). *La cucina italiana*. Laterza.
- FARA, T. (2012). *Diversamente cotto*. Gribaudo.
- FERNANDEZ-ARMESTO, F. (2001). *Food: A History*. Macmillan.
- FLANDRIN J. L. Y MONTANARI M. (Ed.) (1997). *Storia dell'alimentazione*. Laterza.
- FLOCH, J. M. (1995). *Identités visuelles*. PUF.
- GALOFARO, F. (2005). *Degustare il vino: il bicchiere come macchina sinestetica*. in “E/C” (www.ec-aiss.it).
- GIANNITRAPANI, A. (2004). *La cultura del caffè*. in “E/C” (www.ec-aiss.it).
- GOPNIK, A. (2011). *The Table Comes First*. Borzoi.
- LATOUR, B. (2021). *Politiche del design. Semiotica degli artefatti e forme della socialità*. Mimesis.
- Leroi-Gourhan, A. (1945). *Milieu et techniques*. Albin Michel.
- LÉVI-STRAUSS, C. (1958). *Anthropologie structurale*. Plon.
- (1962). *La pensée sauvage*. Plon.
- (1968). *L'origine des manières de table*. PUF.
- LUMB, M. (2009) *Kitchen Knife Skills*, Quarto, London.
- MACGREGOR, N. (2010). *A History of the World in 100 Objects*. Penguin.
- MANGANO, D. (2008). *Semiotica e design*. Carocci.
- MANGANO, D. Y MARRONE G. (2002). *Intorno allo sbattitore: l'oggetto, i testi. Versus*, 91/92, 153-179.
- MANGANO, D. Y MATTOZZI, A. (Eds.). (2009). *Il discorso del design. E/C Serie speciale*, 3/4, Roma: Nuova Cultura.
- MARCHESE, P. (1989). *L'invenzione della forchetta*. Rubbettino.
- MARRONE, G. Y GIANNITRAPANI A. (Eds.). (2012). *La cucina del senso*. Mimesis.
- MCFADDEN, C. (2000). *The Essential Kitchen*. Aurum.
- PEVERINI, P. (2024). *Bruno Latour in the Semiotic Turn. An Inquiry into the Networks of Meaning*. Springer.
- VITELLI, K. (1989). *Were Pots First Made for Foods? Doubts from Franchthi*. *World Archaeology*, 21(1), 17-29.
- WARD, C. (2008). *An Edge in the Kitchen*. HarperCollins.
- WILSON, B. (2012). *Consider the fork. A history of invention in the kitchen*. Penguin.
- Woo, O. (1996). *Stir-Fry Meals. Healthy Ways With a Wok*. Barron.

Espacios del consumo alimentario* / Food Consumption Spaces

Alice Giannitrapani ORCID 0000-0003-2527-2996

RESUMEN

Los pequeños grandes rituales de comer fuera de casa contribuyen a marcar nuestra rutina diaria, a definir nuestra manera de socializar, a decir quiénes somos, cuáles son nuestras propensiones (gustativas y de otro tipo). En los restaurantes se mueven una pluralidad de actores (maître, chef, camareros, clientes), entran en juego objetos dispares y más o menos articulados (mesas, sillas, cubiertos, vajilla, equipos culinarios), son fácilmente reconocibles los distintos espacios (entrada, comedor, cocina, zona de pago, bodega, eventualmente sala de fumadores). El restaurante es, en otras palabras, un dispositivo complejo orquestado para ofrecer una experiencia gastronómica. Esta contribución se centra en este tema con el objetivo de ofrecer una visión de cómo (y qué) el espacio del restaurante consigue, de forma más o menos intencionada, comunicar.

Palabras Clave: restaurantes, espacialidad, comer fuera, cocina, alimentos.

ABSTRACT

The little big rituals of eating out help to mark our daily routine, to define our way of socialising, to say who we are, what our propensities are (gustatory and otherwise). In restaurants, a plurality of actors are involved (maître d', chef, waiters, customers), disparate and more or less articulated objects come into play (tables, chairs, cutlery, crockery, culinary equipment), the different spaces are easily recognisable (entrance, dining room, kitchen, paying area, wine cellar, possibly smoking room). The restaurant is, in other words, a complex device orchestrated to offer a gastronomic experience. This contribution focuses on this theme with the aim of offering an insight into how (and what) the restaurant space manages, more or less intentionally, to communicate.

Keywords: restaurants, spatiality, eating out, cuisine, food.

Alice Giannitrapani es investigadora en semiótica en el Departamento de Cultura y Sociedad de la Universidad de Palermo, donde realiza su actividad investigadora y docente, impartiendo semiótica y semiótica de los espacios museísticos. Es subdirectora de la revista E/C y vicecoordinadora del Doctorado en Semiótica

(Universidad de Palermo). Sus principales intereses de investigación son el espacio, el gusto y la comida, el turismo y la televisión. Ha publicado, entre otros, *Viaggiare: istruzioni per l'uso* (ETS, 2009), *Introduzione alla semiotica dello spazio* (Carocci, 2013), *Spazi, passioni, società. Problemi teorici e studi di caso* (Nuova Cultura, 2017). alice.giannitrapani@unipa.it

FECHA DE PRESENTACIÓN: 20/06/2023 FECHA DE APROBACIÓN: 30/10/2023

1. Espacios olvidados

Cuando se habla de restaurantes, a menudo se olvida que ante todo son lugares. Si uno introduce el nombre de un restaurante famoso en un buscador, aparecerán sobre todo fotografías de chefs y platos, como si eso fuera lo único relevante. Está claro que está el chef, que están los platos (los protagonistas -casi- indiscutibles de la experiencia que se va a vivir), que están los objetos, que están los tiempos de la comida, pero es igual de cierto que hay un lugar donde todo esto tiene lugar, un lugar que no es un simple fondo neutro, sino parte activa de la práctica generalizada de comer fuera de casa.

Un restaurante no sólo comunica a través de su página web, su carta, su forma de presentar los platos o de nombrarlos, sino también a través de toda una serie de otros elementos que a primera vista pueden parecer neutros, casuales (ubicación, configuración interna del espacio, escaparates, tipo de mantelería, uniformes del personal, disposición de las mesas, etc.), pero que precisamente por esa presunta neutralidad resultan mucho más profunda y eficazmente comunicativos¹. Distinciones como interior/exterior, centro/periferia, abierto/cerrado, denso/enrarecido se convierten, voluntaria o involuntariamente, en portadoras de un discurso gastronómico preciso, aportando información sobre los valores culinarios, sobre la forma de entender las relaciones chef-proprietario, sobre el tipo de cliente que se presupone. Es ante todo a través de nuestra percepción del ambiente como los clientes prefiguramos un determinado modo de hacer restauración, es la primera impresión del lugar la que nos invita a quedarnos o nos incita a marcharnos.

Por un lado, existen géneros de restaurantes (el restaurante de comida rápida, el mesón, el bar de vinos, etc.), a partir de los cuales el cliente puede crearse una expectativa del lugar, y por otro lado los estilos, las formas subjetivas y creativas de interpretar un género determinado (McDonald's y Burger King, aunque comparten ciertos rasgos de género, difieren en cuanto al estilo). Y es precisamente esta dialéctica entre género y estilo la responsable de la gran variedad de restaurantes.

2. Ubicaciones

Un restaurante situado cerca de un aeropuerto, y por lo tanto fuera del circuito urbano, servirá principalmente para acoger a viajeros en tránsito; uno situado cerca de las principales atracciones turísticas de una ciudad, en cambio, estará destinado principalmente a acoger a viajeros que tengan intención de visitar la zona. El restaurante adquiere entonces diferentes significados en relación con el contexto más amplio en el que se encuentra y, en consecuencia, está destinado a ser investido de diferentes valores por parte de las personas que entran en contacto con él. En otras palabras, cada elemento del espacio adquiere significado también en función de su entorno. Así, los locales situados fuera de los circuitos urbanos deben alcanzarse a propósito, presuponen una motivación específica por parte del cliente y, al mismo tiempo, le implican porque suponen un sentimiento de descubrimiento y sorpresa. El verdadero viajero es el que es capaz de alejarse de las rutas masificadas para comer en los sitios no turísticos, el gourmet es el que se informa, deambula y descubre en los meandros de los suburbios lugares inéditos de restauración, desconocidos para la mayoría. En estos casos, es como si el cliente lograra un primer objetivo por el mero hecho de haber demostrado su capacidad para encontrar el lugar, al tiempo que crea una comunión con sus iguales (todos pertenecientes a esa élite de personas que conocían la existencia del restaurante y su ubicación). Por el contrario, un lugar situado en una plaza céntrica y que se extiende hacia el exterior gracias a superficies transparentes, mesas al aire libre y similares, se impone al espectador, atrae al transeúnte que puede decidir detenerse simplemente porque pasa por allí. Dicho lugar se convierte en un lugar hecho escaparate en el que exhibirse, en el que observar lo que ocurre alrededor y al mismo tiempo ser observado por los transeúntes, en un tipo de seducción totalmente opuesto al caso anterior.

La ubicación del restaurante (así como, a nivel micro, la posición, la densidad y la disposición de las mesas) es, en otras palabras, una de las primeras formas que tiene el restaurador para construir su clientela. Es evidente que esta elección obedece a factores muy diversos, pero también es cierto que tiene efectos comunicativos no indiferentes, ya sean intencionados o no. La ubicación, luego, puede verse enfatizada o enmascarada por otros elementos, como por ejemplo el letrero: los letreros "gritados", grandes e iluminados pretenden llamar la atención sobre el lugar, mientras que los letreros "camaleónicos", que casi se funden con el paisaje en el que están enclavados, disimulan la existencia del sitio.

La localización de un restaurante y la forma en que se impone han variado ciertamente con el tiempo: Appelbaum (2011) destaca cómo los restaurantes se extendieron inicialmente en el centro de las ciudades, luego se expandieron cada vez más en las zonas periféricas y en los llamados no-lugares -aeropuertos, centros comerciales- para imponerse finalmente en todas partes, casi liberándose de su localización física, gracias a Internet, capaz de relanzar la identidad del lugar más allá de sus límites materiales. Del mismo modo, existen variabilidades culturales: en Londres prevalece una cultura de la ocultación, con el predominio de establecimientos protegidos de las miradas; en

Roma o París, una cultura del mostrar, con locales que invaden cada vez más el espacio público de la calle, imponiéndose y haciendo interactuar a clientes y transeúntes, cocina y prácticas metropolitanas².

3. Accesos

Si, generalizando, podemos decir que en un restaurante la entrada constituye un límite (distingue un interior de un exterior), es evidente que cada caso debe estudiarse teniendo en cuenta las características específicas del local. De hecho, este límite puede configurarse de formas muy diferentes, como muestran las siguientes imágenes (figs. 1-4).



FIGURA 1. Le Calandre



FIGURA 2. L'Astrance



FIGURA 3. Osteria Franciscana



FIGURA 4. Bernini

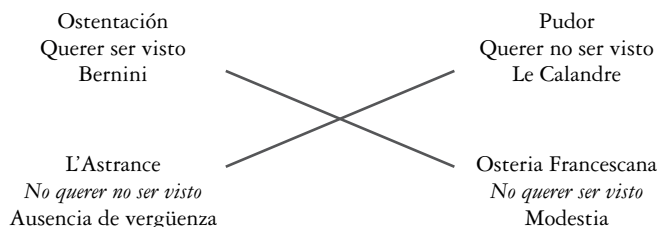
Así, por ejemplo, el límite fuertemente marcado de *Le Calandre*, el célebre restaurante de Massimiliano Alajmo en Padua, puede querer subrayar el paso de la rutina normal a la excepcionalidad de la experiencia que se va a vivir una vez dentro. La dificultad de interceptar el lugar subraya una forma de inaccesibilidad que inevitablemente pasa de un nivel pragmático (es difícil localizar el lugar) a otro, por así decirlo, metafórico (es difícil acceder a él porque se trata de un lugar exclusivo). Un confín marcado tiende a situar el restaurante en un plano casi sagrado, y hay lugares que llevan esta separación al extremo, configurándose como verdaderas heterotopías, es decir, una especie de pequeños microcosmos que transportan al sujeto, durante un periodo de tiempo

limitado, a un “lugar-otro” (Foucault 1984). Pensemos en este sentido en *Dinner in the Sky* (fig. 5), un espectacular restaurante suspendido en los cielos gracias al cual el sujeto puede entrar, aunque sólo sea por el tiempo de una cena, en un mundo propio; pero pensemos también en *Dans le Noir*, una cadena de restaurantes en la que uno es acompañado por camareros no videntes hasta una sala oscura donde disfrutará de la cena, no sin antes haber dejado fuera posibles fuentes de luz (como mecheros y teléfonos móviles), en un sistema de acceso condicional típico de las heterotopías. *Dans le Noir* persigue un discurso ético (tratar de identificarse y comprender lo que sienten los ciegos), pero también un discurso estético (relativo a las percepciones) que juega con la retórica de la compensación sensorial, sobre cómo la anestesia de un sentido puede provocar la hiperestesia de otros: difuminar la vista para magnificar el gusto.



FIGURA 5. Dinner in the sky, el restaurante suspendido.

Accesibilidad e inaccesibilidad, los umbrales y los límites no sólo se refieren a un problema pragmático, de cruce, sino también a un problema cognitivo, de tipo visual. Podemos preguntarnos entonces: ¿cómo se sitúa el espacio de la restauración en relación con un cliente potencial? ¿Qué juegos ópticos (Landowski, 1989) pueden activarse en esta relación? Teniendo en cuenta los ejemplos citados (figs. 1-4), podemos destacar cómo *Bernini* (Honolulu) se posiciona en el polo de la ostentación (es un lugar que declara explícitamente *querer ser visto*): sus paredes de cristal se abren al exterior y hacen que el restaurante se imponga a la vista del transeúnte; en cambio, *Le Calandre*, con su entrada totalmente tapada, afirma *querer no ser visto*, manifestando un cierto pudor. La barrera parcial de *L'Astrance* permite echar un vistazo, observar parcialmente lo que ocurre en su interior; el restaurante de alta cocina parisino muestra así una *ausencia de vergüenza*, que puede traducirse en términos modales como *no querer no ser visto*. Por último, el cristal satinado oculta el interior de la *Osteria Franciscana*, pero no del todo, ya que desde la calle es posible identificar los contornos y movimientos del interior; de este modo, el restaurante modenés del chef Massimo Bottura *niega querer ser visto*, situándose en el polo de la *modestia*. Cada restaurante, gracias también a este tipo de diferencias, construye su propia identidad en términos opuestos a la de otros competidores potenciales. En resumen:



4. Salones y cocinas

Este modelo se puede volver a proponer en los juegos de visibilidad entre cocina y sala: un restaurante con cocina abierta da la idea de que quien ha creado ese lugar quiere destacar el cuidado y la higiene con que se preparan los alimentos, pero también mostrar el trabajo, la habilidad, el saber hacer del chef; al mismo tiempo sugiere un cliente-tipo curioso al que le gusta participar, aunque sólo sea mirando la preparación de los platos. Una configuración espacial de este tipo puede traducirse fácilmente en un momento de *eatainment* (cf. Franchi, 2009), como demuestran todos los casos de *showcooking* en los que el chef se comporta como un verdadero artista que escenifica en términos espectaculares su trabajo y la preparación del plato.

Por el contrario, un restaurante en el que la cocina está tapada pretende ocultar, casi como un ritual mágico, el proceso de cocción y preparación de los platos, favoreciendo un efecto sorpresa en el consumidor. En una cocina tapada, el espacio es dinamizado por los camareros, que permiten la conjunción entre el sujeto-cliente y el objeto de valor-comida; el umbral se convierte así en un centro neurálgico donde tiene lugar el desvelamiento del secreto, donde se manifiesta la esencia del trabajo del cocinero, donde se produce el paso crucial de entre bastidores al escenario. De hecho, según una práctica retórica inaugurada por Gualtiero Marchesi en los años 90, es precisamente el cocinero quien pasa de la cocina a la sala al final de la comida³. Un poco como los coreógrafos al final de un ballet, o los directores al final de una obra de teatro, el chef-estrella al final de la comida sale de su lugar, se manifiesta y asume la responsabilidad de lo que ha sucedido. Está ahí atendiendo la sanción del cliente, pero también está ahí para confirmar que lo que se ha desarrollado hasta ese momento de forma fluida y natural es en realidad el resultado de un complejo trabajo de dirección y montaje.

Existen numerosas soluciones intermedias, como las cocinas semi cerradas (por ejemplo, McDonald's) que se pueden "oíear", entrever, pero no observar del todo, o como las pantallas del comedor que emiten imágenes de la cocina, reproduciendo una especie de *reality show* culinario muy familiar para los aficionados a la televisión. En

este último caso, el efecto de espectacularización del trabajo del cocinero se lleva al extremo, gracias precisamente a la mediación de las cámaras que presuponen un espectador-cliente-voyeur.

Todos los establecimientos de restauración, al fin y al cabo, basan su trabajo en la coordinación entre estos dos espacios, la sala y la cocina, antaño rígidamente separados, hoy cada vez más hibridados entre sí. Un proceso que ha visto un desplazamiento de (casi una inversión entre) medios y fines y, en consecuencia, una remodelación de los espacios tradicionalmente asociados a ellos. La cocina ya no es el instrumento a través del cual hacer vivir al otro una experiencia gustativo-gastronómica (una performance), sino una performance en sí misma, respecto a la cual la degustación se configura más bien como una forma de sanción. Así, el espacio de la cocina ya no es el lugar de la pre-performance, sino el verdadero pivote organizador, el fulcro y centro (físico y metafórico) de la experiencia; el cocinero ya no es un ayudante que pone su pericia al servicio del cliente, sino el chef-estrella, el sujeto-protagonista. En resumen, la relación entre los bastidores y el escenario queda en cierto modo trastocada, de modo que la teatralidad reside cada vez más no en la comida, sino en la cocina, una práctica que inevitablemente se desplaza de la esfera privada a la pública⁴.

5. Felices traducciones

El ruido o su ausencia, la máxima visibilidad o la ocultación, el uso de un material en lugar de otro no son elementos que puedan valorarse de forma absoluta y a priori, sino condiciones que deben examinarse caso por caso. Cada elección arquitectónica se convertirá en un rasgo característico de un lugar determinado si consigue integrarse con las demás de la mejor manera posible, si es capaz de transmitir valores y significados coherentes.

Un buen ejemplo de identidad bien estructurada es *Il Marchesino*, de Gualtiero Marchesi (fig. 6), situado en la Piazza della Scala de Milán. Se configura como un lugar importante entre otros lugares importantes: es como si el prestigio del Teatro alla Scala, de las tiendas, de la arquitectura vecina reverberase en torno al restaurante. Pero si es cierto que *Il Marchesino* deriva en parte su identidad de los lugares vecinos, también lo es que la articulación interna del espacio se sirve de elementos que acentúan esta pertenencia (las butacas son sillones de terciopelo que recuerdan a los del teatro cercano, los focos son orientables y remiten a un efecto escenográfico, etc.; Franchi, 2009).



FIGURA 6. *Il Marchesino*, de Gualtiero Marchesi en Milán.

Por tanto, en general, es importante, tanto en términos analíticos como de proyecto, identificar aquellos rasgos que especifican la identidad del local de restauración y que, a través de referencias y recurrencias, le garantizan de hecho cierta coherencia. Una coherencia que puede ser más o menos casual, pero que en cualquier caso surge como efecto de sentido. En el *Burger King* de Leicester Square, en Londres (fig. 7), por ejemplo, no se puede dejar de observar una rima entre la forma arquitectónica y la forma del producto vendido: no importa si se trata de un resultado deliberado o accidental, lo cierto es que la suavidad y la circularidad del perfil del edificio recuerdan inevitablemente a la hamburguesa, así como al logotipo de la empresa.



FIGURA 7. *Burger King*, Leicester Square (Londres).

En este sentido, resulta fundamental entender si el discurso gastronómico y el espacial se remiten mutuamente y encuentran un equilibrio: un espacio de restauración bien diseñado es aquel en el que la arquitectura anticipa el plato, sin sobrecargarlo, y, viceversa, un plato bien diseñado es aquel que se integra bien con (y remite a) el lugar en el que se sirve. En el restaurante Armani de Dubái, la arquitectura minimalista es coherente con los platos igualmente elegantes que se ofrecen: espacio y comida, juntos, remiten entonces a una estética clásica, a una lógica de sustracción que rechaza el exceso en nombre de un valor de sobriedad, típico, entre otras cosas, de la marca Armani (fig. 8). En cambio, en los cruceros, uno suele sumergirse en ambientes llenos y ricamente decorados que se integran igualmente bien con la abundancia de los platos servidos, a menudo expuestos en bufés que son una explosión de colores y variedad: en este caso, se persigue una lógica de la adición, de abundancia, típica de una estética barroca (fig. 9).



FIGURA 8. *Restaurante Armani* (Dubái): espacio y comida persiguen una lógica de la sustracción.

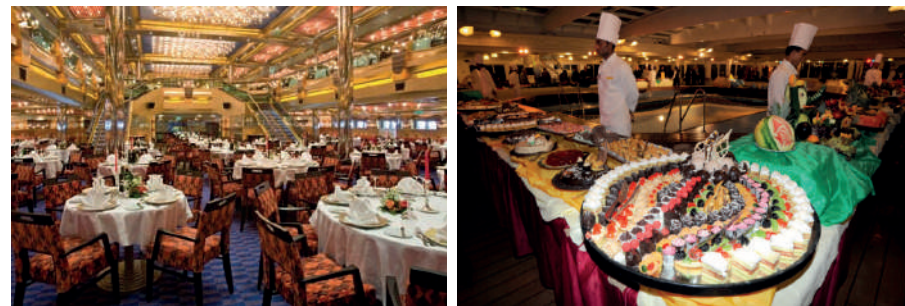


FIGURA 9. Crucero: espacio y comida persiguen una lógica de la adición.

O, otra vez, es interesante investigar cómo la comida y el espacio, juntos, ayudan a transmitir ciertos efectos patémicos. Por un lado, tendremos lugares que cabalgan sobre una estética de la nostalgia, con mobiliario tradicional y platos paralelos que realzan, en términos un tanto retóricos, una tensión hacia un pasado que por definición se supone auténtico y genuino. Por otro lado, encontramos una estética opuesta orientada al futuro, basada en una decoración vanguardista o insólita y unos platos innovadores que pretenden sorprender al cliente. Este es el caso de *Aurum* (fig. 10), un restaurante de Singapur que sigue de forma muy evidente el discurso médico, con el predominio de superficies de aluminio (que recuerdan a las mesas de quirófano) y sillas de ruedas en lugar de asientos normales; aquí, no paradójicamente, se sirven platos inspirados en la gastronomía molecular, un tipo de cocina en la que los platos se preparan utilizando principios físico-químicos y juegan con las transformaciones de materiales y texturas (véase también Pozzato, 2012). El discurso espacial y el discurso culinario se remiten así mutuamente, gracias a este hilo rojo científico, vinculado al tema de la alteración, que atraviesa ambos y los une. Así, si el énfasis en la culturalización de la comida parece moverse en términos adicionales, en términos de carga espacial, con objetos y mobiliario que enfatizan el artificio, en el otro extremo, un restaurante como el *Noma*, que con su filosofía pretende negar el carácter cultural del proceso culinario para remontarse lo más posible a una supuesta naturaleza incontaminada, se presenta con un entorno sencillo (predominio de materiales naturales como la madera, mesas sin manteles, etc.)⁵.

La nostalgia y el asombro remiten a una dialéctica entre pasado y futuro, modernidad y tradición, pero también a un tipo de clientela que tiene actitudes completamente diferentes ante la comida: al purista interesado en la conservación de lo típico y caracterizado por una actitud de *neofobia* alimentaria, es decir, de rechazo a la novedad, se contraponen el entusiasta experimentador, caracterizado por una cierta *neofilia*, es decir, atracción hacia la innovación (Fischler, 1990).



FIGURA 10. Aurum, un restaurante de Singapur especializado en cocina molecular.

Un ejemplo diferente, pero igualmente interesante, de identidad bien construida es el restaurante *D'O*, propiedad de Davide Oldani, el chef de la “cocina pop” (como él mismo se define). Un chef refinado que pretende abandonar el exceso y centrarse en los elementos mínimos, tanto del espacio del restaurante como de la presentación del plato, para ofrecer una experiencia de alta cocina a precios relativamente modestos. Evidentemente, no hay nada dejado al azar en esta filosofía, ni los principios rectores del chef deben entenderse como banales proclamaciones de intenciones éticas, sino, una vez más, como formas de construir una identidad en términos de diferenciación de otros posibles restaurantes sustitutos. Abandonar los adornos no significa despreocuparse del ambiente, sino exactamente lo contrario: significa prestar atención a los más mínimos detalles del espacio para que parezca sencillo, pero al mismo tiempo no improvisado.

Especialmente interesantes en este sentido son los objetos que decoran la mesa: platos hondos con base oblicua que permiten no tener que inclinar el plato cuando se está a punto de terminar una sopa, vasos con borde irregular que permiten beber el contenido hasta el final y sin dificultad, una cubertería que podríamos definir como sincrética, ya que encierra y sintetiza la función de tenedor, cuchara y cuchillo (fig. 1). Objetos de diseño depurado, concebidos específicamente para el local, que combinan una lógica minimalista y anti-desperdicio, típica de la cocina de Oldani, con el cuidado y la atención al cliente (que podrá consumir, por ejemplo, la sopa hasta el final, sin tener que manipular el plato con gestos torpes y poco educados). *D'O*, en otras palabras, recibe al cliente en un ambiente informal, que busca deliberadamente la “normalidad” y comunica así su idea de volver a poner la alta cocina al servicio de la mayoría de la gente.



FIGURA 11. Los objetos que decoran la mesa del *D'O* de Davide Oldani.

Búsqueda del equilibrio de sabores (tradiciones) o experimentación de combinaciones incongruentes (innovaciones), amalgama en la que prevalece la fusión o despliegue de marcados contrastes, voluntad de sorprender o de complacer las expectativas. Se trata de diversas tendencias de la escena gastronómica contemporánea que, si se traducen con coherencia, dan lugar a paralelismos virtuosos entre el discurso espacial y el discurso alimentario, paralelismos que contribuyen a crear verdaderas marcas, de las que los chefs son los testimonios, cuando no también las marcas mismas.

6. Estandarización y flexibilidad

Otro elemento útil para clasificar los restaurantes es el grado de estandarización del espacio. En los restaurantes de comida rápida, así como en los comedores o en los restaurantes de autoservicio, existe una cierta ritualidad en la práctica de comer: todo el mundo sabe que tiene que hacer cola, conseguir su comida, equiparse con todos los objetos necesarios (cubiertos, servilletas, vasos), conseguir una bebida, pagar, encontrar un asiento, etc. El espacio está estrictamente organizado, predefinido y, a menudo, diseñado de forma que se acomode a este rígido orden de secuencias narrativas.

Según Ritzer (1996), los restaurantes de comida rápida ganan en eficacia sustituyendo el trabajo humano por trabajo mecanizado (por ejemplo, la freidora está programada para pararse sola cuando las patatas fritas están listas), ahorrando en servicio y haciendo trabajar al cliente (que, por ejemplo, tiene que hacer cola o vaciar la bandeja al final de la comida). Sin embargo, estos procesos no deben interpretarse necesariamente como formas de constricción del usuario, sino al contrario: el restaurante de comida rápida puede experimentarse como un espacio de libertad no sujeto a ningún formalismo particular; puede verse como un lugar en el que gestores y clientes activan una forma de cooperación para el éxito de la experiencia gustativa, en un pacto comunicativo basado en la paridad (el cliente se comporta como si estuviera en casa y trabaja porque se siente a gusto y se mueve en un entorno familiar).

Pensemos también en el autoservicio de Ikea, cuyo funcionamiento recuerda en cierto modo al de la comida rápida. Este espacio, rigurosamente organizado, encaja perfectamente con los valores asociados a la marca, con una especie de referencia a la eficiencia racionalista propio de la lógica de la empresa: al igual que los muebles estarán perfectamente montados si se siguen servilmente las instrucciones, del mismo modo el espacio de restauración podrá disfrutarse sin problemas si se siguen ciertos pasos (respetar los turnos, tomar las cosas para beber después de tomar las cosas para comer, etc.).

El pacto comunicativo resultante está jerarquizado: es como si nos dijeran que confiamos totalmente en la empresa, que hagamos lo que nos dicen para obtener a cambio un resultado (positivo) asegurado.

Sólo si interpretamos la rigidez de la organización del espacio como una fuente de valor potencialmente eufórico para el cliente, entre otras cosas, podemos explicar el éxito de *Bagger's* (fig. 12), un restaurante totalmente automatizado de Núremberg: no hay camareros, la comida puede pedirse a través de un ordenador (que también indica el tiempo de espera estimado), los platos llegan a la mesa gracias a un sistema de pistas que conecta la sala con la cocina y, de nuevo, un sistema automatizado proporciona la cuenta y cobra con tarjeta de crédito.



FIGURA 12. Bagger's, el restaurante de Núremberg completamente automatizado.

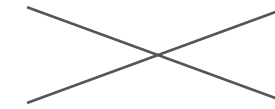
Pero junto a los lugares rígidamente organizados, existen otros, como los bares callejeros o algunos pubs especializados en ofrecer aperitivos, en los que los clientes se mueven en un espacio fluido (Boutaud, 2005). Desde este punto de vista, la moda del aperitivo parecería oponerse a la tipología de consumo fast-food. Y en efecto, el aperitivo se constituye sobre la iteración, sobre un continuo ir y venir del mostrador, en el que prevalece la desestructuración del espacio (estar de pie, desplazarse de un punto a otro de la barra, cambiar de sitio). El gusto también es fluido, se puede hacer *zapping* entre la variedad de platos que se ofrecen, con pastas, frutas, verduras, canapés, bocaditos de carne que se suceden sin solución de continuidad. El tiempo y el espacio se dejan al sujeto, libre de actuar a su manera, dejándose llevar por sus elecciones y ritmos personales.

7. Hacia una tipología

Los debates sobre la globalización del gusto, sobre qué son los platos típicos, sobre cómo identificar las tradiciones culinarias están a la orden del día y ponen en cuestión la espacialidad en un doble sentido: por un lado, hay que preguntarse, en efecto, si un determinado restaurante declara su pertenencia a una zona geográfica determinada y, por otro, cómo su articulación espacial se ocupa de subrayar, o más bien de disimular, esta pertenencia. A modo de conclusión, podemos intentar una tipología de los locales de restauración que tenga en cuenta estas variables. El resultado es un esquema del tipo:

Manifestar una pertenencia a una cultura propia
TIPIFICADO

Manifestar una pertenencia al mundo considerado como un *unicuum*
GLOBALIZADO



EXOTIZADO
No manifestar una pertenencia al mundo considerado como un *unicuum*

GLACIALIZADO
No manifestar una pertenencia a una cultura propia.

A la izquierda pueden situarse aquellos lugares en los que el vínculo con un territorio restringido, por así decirlo, se manifiesta abiertamente. El lenguaje espacial (entendido como un constructo completo que implica sujetos, objetos, escenarios) está fuertemente marcado en estos casos. Así, encontramos lo *tipificado* (fig. 13), un lugar en el que se reafirma la pertenencia a la propia cultura (a través de banderas, recuerdos y emblemas bien expuestos, manteles característicos, camareros vestidos con trajes folclóricos y, por supuesto, platos tradicionales de la zona) y lo *exotizado* (fig. 14), un lugar donde se marca la pertenencia a otra cultura (por ejemplo, carpas multicolores que recuerdan al zoco para un restaurante tunecino, cojines en el suelo y palillos para comer para un restaurante japonés, etc.). En ambos casos nos encontramos ante una especie de caricatura, un despliegue casi forzado de elementos basados en estereotipos ampliamente reconocidos (ya sean propios o ajenos). Estamos, en cualquier caso, en lo que podríamos llamar posiciones tradicionales.



FIGURA 13. Restaurante tipificado.

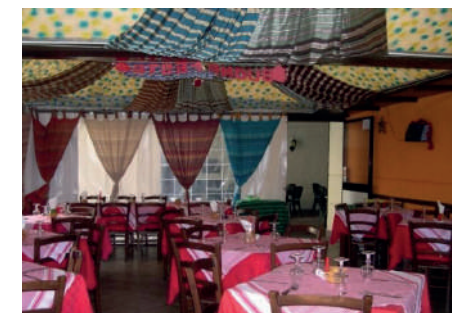


FIGURA 14. Restaurante exotizado.

Comprendemos entonces cómo en realidad típico y exótico no son términos opuestos, sino complementarios; dependen de un punto de vista fijado sobre una cultura: si se la mira con una orientación directa tenemos lo típico, si se mira con una orientación inversa tenemos lo exótico⁶; en otras palabras, si se come un rollito de primavera en el restaurante de la calle de abajo se está disfrutando de un plato exótico, si se comes en

China se está experimentando una comida típica. Como efecto de sentido, la exotización es un estar aquí que equivale a un estar en otra parte.

A la derecha encontramos aquellos lugares en los que se declara la pertenencia al mundo entero o, la otra cara de la moneda, a ningún lugar. El lenguaje espacial tiende en este caso a no marcarse territorialmente, tiende a ocultar lazos culturales específicos para afirmar a lo sumo símbolos casi universales. Tendremos, por un lado, los iconos de la *globalización* (fig. 15), McDonald's a la cabeza, con espacios en los que la decoración puede ser neutra, pero en los que proliferan las "marcas", los logotipos, los signos de identificación invariables. Por otro lado, tendremos lo que podríamos llamar, utilizando un término de Boutaud (2005), lo *glacializado* (fig. 16), un restaurante en el que el espacio se pone a menudo al servicio del plato, con predominio de ambientes mínimos y asépticos. Son lugares en los que se tiende a neutralizar las marcas del yo y en los que, aunque se ofrezcan platos tradicionales, son revisitados. Transparencias, colores neutros, sobriedad caracterizan este tipo de lugares.



FIGURA 15. Restaurante globalizado.



FIGURA 16. Restaurante glacializado.

También hay casos que concilian términos opuestos. Tipificado y globalizado, por ejemplo, se subsumen en aquellas cadenas, ya conocidas, que proponen la estandarización de una cultura: aquí el estereotipo de lo típico se convierte en una marca global. Es el caso, por ejemplo, de *Fratelli La Bufala* (fig. 17), que empezó siendo una típica pizzería napolitana, pero se ha convertido en una auténtica franquicia en la que abundan logotipos y emblemas que remiten a la pizza tradicional napolitana y, más en general, a la italianidad. O también hay casos (fig. 18) en los que, por así decirlo, se suaviza la exotización, lugares en los que se propone una mitología que pretende ir más allá del estereotipo; aquí las marcas que hacen referencia a lo exótico se neutralizan en cierto modo, en favor de un caso de internacionalización (por ejemplo, restaurantes japoneses de alta cocina cuyo mobiliario hace poca o ninguna referencia a la cultura a la que pertenecen).



FIGURA 17. Término complejo (tipificado + globalizado), Fratelli La Bufala.

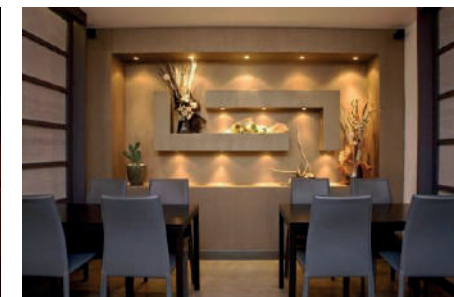


FIGURA 18. Término neutro (exotizado + glacializado), un restaurante japonés de Turín.

9. Conclusión

El mundo de la restauración nos dice mucho sobre el mundo en que vivimos, los espacios que habitamos, los valores alimentarios y sus transformaciones. En otras palabras, es una encrucijada fértil que nos permite encuadrar cómo la esfera espacial y la esfera alimentaria se traducen incesantemente la una en la otra, en múltiples direcciones que sólo miradas simplistas pueden pretender fijar de una vez por todas. Del mismo modo que es evidente que la fisonomía de la ciudad evoluciona con el tiempo, también lo hacen los lugares de consumo alimentario incrustados en ella. Y los paisajes alimentarios (Giannitrapani, ed., 2021) evolucionan, por un lado, debido a los empujes que vienen de arriba, por ejemplo, debido a la planificación urbana, las políticas económicas, etc., y, por otro, debido a las iniciativas que vienen de abajo y que, a través de un mecanismo osmótico basado en el contagio, pueden imponerse sistémicamente. Sólo si se toma nota de la necesaria dialéctica entre estas dos fuerzas podrán evitarse visiones apocalípticas de fenómenos generalizados, como la llamada *foodificación*, y podrán comprenderse los impulsos de cambio en el sistema de consumo alimentario.

Huelga decir entonces que, puesto que el mundo de la restauración forma parte de una sociedad, se ve inevitablemente influido por ella. Así, si los restaurantes dietéticos están de moda hoy en día, es porque responden a una serie de valores sociales que se han impuesto más o menos recientemente (como la protección del bienestar físico). La adaptación de algunos locales de restauración a este tipo de necesidades ha tratado de combinar una fórmula saludable asociada habitualmente a quedarse en casa con la experiencia de comer fuera. Como si dijéramos, los regímenes dietéticos y la convivencia pueden ir de la mano y, a la inversa, el sabor y la salud no son antítesis (sobre el tema véase también Fischler, 1979). Un nutricionista competente siempre dispuesto a dispensar sugerencias sobre un presunto equilibrio dietético se sienta al lado y casi toma el relevo en estos casos del chef creativo, y el restaurante parece recuperar, renovándolos, sus orígenes, incluso etimológicamente, al ser un participio presente, un lugar destinado a refrescar a sus clientes.

En resumen, los lugares de consumo alimentario constituyen un interesante caso de estudio porque son el espejo de los flujos urbanos, de los modos de vida en los barrios, de las prácticas sociales y convivenciales. Y, por supuesto, de sus transformaciones.

Notas

1. Para una introducción al tema de la espacialidad como forma de lenguaje (con ejemplos extraídos también del mundo de la restauración), véase Giannitrapani (2013).
2. Sobre la relación entre comida y ciudad, véase Giannitrapani (ed., 2021).
3. Sobre las relaciones entre sala y cocina cfr. Padovani, Padovani (2011), que recuerdan la práctica inaugurada por Marchesi de salir de su cocina al finalizar la comida.
4. La distinción entre escenario y bastidores se remonta a Goffman (1971) y ha sido recordada con respecto a la relación entre la sala y la cocina por Appelbaum (2011), Ribbat (2016).
5. Para una carta semiótica del Noma cfr. Mangiapane (2015).
6. El concepto de orientación hacia adelante y hacia atrás es de Lotman y Uspenskij (1975).

Referencias bibliográficas

- APPELBAUM, R.** (2011). *Dishing It Out*. Reaktion Books.
- BOUTAUD, J. J.** (2005). *Le sens gourmand*. Jean-Paul Rocher.
- COLAS-BLAISE, M.** (2013). L'expérience gastronomique: comment faire signifier la nourriture ? *E/C*, 14, 25-34.
- FISCHLER, C.** (1979). Gastro-nomie et gastro-anomie. *Communications*, 31, 189-210.
— (1990). *L'Homnivore*. Odile Jacob.
- FOUCAULT, M.** (1984). Des espaces autres. *Architecture, Mouvement, Continuité*, 5, 46-49.
- FRANCHI, M.** (2009). *Il cibo flessibile*. Carocci.
- GIANNITRAPANI, A.** (2013). *Introduzione alla semiotica dello spazio*. Carocci.
— (2014). Ristoranti & co. Identità e comunicazione dei luoghi conviviali. En G. Marrone (Ed.), *Buono da pensare* (pp. 261-292). Carocci.
— (2021). Dal tavolo alla città (e ritorno). En F. Montanari (Ed.), *Cucina politica. Il linguaggio del cibo tra pratiche sociali e rappresentazioni ideologiche* (pp. 257-269). Laterza.
— (Ed.). (2021). *Foodscape: cibo in città*. Mimesis.
- GOFFMAN, E.** (1971). *Relations in public*. Basic Books.
- LANDOWSKI, E.** (1989). *La société réfléchie*. Seuil.
- LOTMAN, J. Y USPENSKIJ, B.** (1975). *Tipologia della cultura*. Bompiani.
- MANGIAPANE, F.** (2015). L'invenzione della Cucina Nordica. *Lexia*, 19, 153-165.
- PADOVANI, C. Y PADOVANI, G.** (2011). *Italia Buon Paese*. Blu.
- POZZATO, M. P.** (2012). *Foto di matrimonio e altri saggi*. Bompiani.
- RIBBAT, C.** (2016). *Im Restaurant. Eine Geschichte aus dem Bauch der Moderne*. Suhrkamp.
- RITZER, G.** (1996). *The McDonaldisation of Society. An Investigation into the Changing Character of Contemporary Social Life*. Pine Forge Press.

El discurso de las dietas: regímenes de adelgazamiento en competencia / Dietetic Discourse: Communicative Strategies of Slimming Diets in Competition

Ilaria Ventura Bordenca ORCID 0000-0002-4889-0220

RESUMEN

¿Qué significa estar a dieta? ¿Cómo se articula la relación entre gastronomía y dieta? Hacer dieta es posterior y contrastivo: casi siempre va detrás de algo, a lo que suele oponerse. Las dietas abarcan enteras formas de vivir y regular, de elegir y organizar alimentos y tiempos, formas de cocinar y espacios de convivencia, materias primas y utensilios de cocina, menús diarios y relaciones familiares, listas de alimentos permitidos y modelos corporales. Los protocolos de adelgazamiento no son solo listas de alimentos y cantidades, sino que implican formas de articular la relación entre la condición 'excepcional' del tiempo de dieta y la nutrición 'ordinaria', las ideas de cuerpo, belleza, salud. Estudiar el modo en que determinados protocolos dietéticos, convertidos en marcas, comunican y promocionan sus proposiciones dietéticas nos permite reconstruir fenómenos de marketing y fenómenos semióticos más profundos de verdaderas propuestas de sentido a los consumidores.

Palabras clave: dietas, marca, publicidad, cuerpo, sociedad.

ABSTRACT

What does it mean to be on a diet? How is the relationship between gastronomy and dieting articulated? Dieting is by definition posterior and contrastive: it almost always comes after something, which it usually opposes. Diets encompass entire ways of living and regulating, choosing and organizing foods and times, ways of cooking and spaces of conviviality, raw materials and cooking implements, daily menus and family relationships, lists of permitted foods and body models. Slimming protocols are not just lists of foods and quantities, but imply ways of articulating the relationship between the 'exceptional' condition of diet time and 'ordinary' nutrition, ideas of body, beauty, health. Studying the way in which diet protocols, which have become brands, communicate and promote their dietary propositions in advertising allows us to reconstruct, on the one hand, marketing phenomena and, on the other, deeper semiotic phenomena of real proposals of meaning to consumers.

Keywords: diets, brands, advertising, body, society.

Iliaria Ventura Bordenca es investigadora en Semiótica en la Universidad de Palermo, donde enseña “Metodología socio-semiótica” y “Semiótica alimentaria”. En la misma universidad también imparte un taller sobre “Diseño profesional de una campaña publicitaria”. Es subdirector de E|C, revista de la AISS –Asociación Italiana de Estudios Semióticos. Ha impartido clases de “Lenguajes de la gastronomía” en la Universidad de Ciencias Gastronómicas de Pollenzo y de “Marketing” en la Universidad de Palermo. Ha escrito los libros *Food Packaging* (Franco Angeli, 2022), *Essere a dieta. Regimi alimentari e stili di vita* (Meltemi, 2020), *Che cos'è il packaging* (Carocci, 2014). Se ocupa de teoría socio-semiótica, y de los campos de la gastronomía, el branding, el diseño y los lenguajes de la realidad virtual. E-mail de contacto: ilaria.venturabordenca@unipa.it.

FECHA DE PRESENTACIÓN: 20/06/2023 FECHA DE APROBACIÓN: 18/07/2023

1. Dietas-brand

Basta con ir a una librería, echar un vistazo en Internet, hojear algunas revistas, preguntar, para descubrir la impresionante variedad de instrucciones dietéticas diseñadas para hacernos perder peso: la dieta del “supermetabolismo”, la dieta hiperproteica, la dieta del ayuno, la dieta “cero cereales”, la dieta baja en carbohidratos, la dieta de control de las porciones, la dieta rápida, la dieta de los colores, la dieta del grupo sanguíneo, la dieta del índice glucémico, la dieta anticáncer. La multiplicidad de criterios y métodos demuestra, por una parte, la existencia de un público variado, formado por curiosos que desean emprender un camino de adelgazamiento, pero también por insatisfechos que buscan sin cesar su dieta ideal que por fin funcione, y, por otra, alimenta las necesidades comerciales de las industrias editorial y farmacéutica, que encuentran en el sector de las dietas un mercado importante y en constante expansión.

Hablamos de las dietas clásicas, aquellas diseñadas para que alcancemos nuestro peso ideal. Dada la variedad y amplitud de este fenómeno social y comunicativo, hemos decidido fijarnos en algunas de las más conocidas de los últimos años. Observaremos en qué se diferencian unos de otros, qué tipo de dieta proponen, cómo estructuran el ritmo diario de las comidas y, al hacerlo, qué tipo de ideas sobre la alimentación, sobre la relación hombre-alimentación, sobre el cuerpo, ponen de manifiesto. Consideraremos, de entre todas las posibles, las dietas *de la Zona*, *Weight Watchers*, *Dukan* y *Tisanoreica*. Cada una de ellas se caracteriza por tener su propio método, por estar estructurada en fórmulas y fases específicas, y por ir acompañada de un amplio y complejo aparato comunicativo —manuales, libros, recetarios, páginas web, anuncios, logotipos, etc.—, del que nos nutriremos de vez en cuando para su análisis. En efecto, en el maremágnum de dietas anónimas prescritas por el nutricionista o el dietista, entre las vociferadas en las revistas, rapidísimas y supuestamente

eficaces, que hay que hacer a toda prisa antes o después de las vacaciones para recuperar la línea, cada día vomitadas por el experto de turno, o recomendadas porque las hace la diva más glamurosa, hay otras que tienen la peculiar característica de ser más reconocibles, estructuradas, a menudo identificables con su inventor —un médico, un científico, un coach, un experto en dietética y fitness, sobre todo. Despliegan una comunicación organizada, estratégica, orientada a una determinada forma de entender la nutrición y el adelgazamiento, en un sentido estricto, pero en un sentido más amplio también la gestión de la vida cotidiana, el propio tiempo, la cocina, las relaciones sociales.

Son dietas que planifican y realizan campañas publicitarias, producen y venden manuales, libros, recetarios, pero también suplementos, alimentos dietéticos específicos y lo que sea. Son verdaderas marcas, no porque baste con hacer publicidad para serlo, o baste con un logotipo, sino porque, al contrario, estas dietas proponen sistemas de valores bajo el paraguas de tal o cual marca: vendiendo instrucciones alimentarias, libros o suplementos cada una hace una propuesta de sentido, se presenta como un enunciador autorizado a partir del cual se construye un discurso coherente, que manifiesta manifestaciones concretas en el plano de la expresión y otros tantos significados —temáticos, figurativos, valorativos, narrativos— en el del contenido (Marrone, 2007). Como escribe Mangano, el mundo de los regímenes alimentarios se solapa con el de las marcas no solo porque comercializan y promocionan cosas, objetos, productos alimentarios, sino por la “multiplicidad de facetas que, como fenómenos sociales, poseen” (Mangano, 2013, p. 17). Aunque no sean abiertamente filosofías alimentarias, ni tengan nada que ver con regímenes dietéticos de base religiosa, eso no significa que subyacentes a los regímenes de adelgazamiento no podamos descubrir filosofías de vida, concepciones del cuerpo, modos de ser, es decir, formas profundas que abrazamos más o menos conscientemente cuando decidimos embarcarnos en un programa de adelgazamiento. Y que reúnen, al igual que las marcas de coches o de ropa, comunidades de adeptos, practicantes entusiastas, obesos desilusionados, madres estresadas, fanáticos del fitness que se reúnen en encuentros temáticos, convenciones, foros en línea y chats de diversa índole. Las dietas, pues, al igual que las marcas, dialogan constantemente con la sociedad, cada una de las cuales capta y relanza instancias sociales, modas de consumo, imaginarios de belleza, conceptos de cocina. Al igual que las marcas no son solo logotipos, productos y gráficos, del mismo modo las dietas no son solo sistemas de instrucciones alimentarias, sino discursos que se articulan en torno a fenómenos heterogéneos e implican cosas, prácticas, herramientas, personas, formas de hacer que tienen en común el hecho de funcionar, en conjunto, como constructores de identidad, de tal modo que seguir una u otra implica la adhesión a una determinada filosofía de vida.

2. Estrategias y saberes presupuestos

Así pues, las distintas dietas de adelgazamiento compiten más o menos abiertamente entre sí. Lo que está en juego es el funcionamiento de la propia dieta: encontrar aquella eficaz que finalmente nos haga adelgazar *de verdad*. Si este es el Objeto de

Valor común, cada una lo hace de manera diferente, proponiendo tal o cual método, horarios específicos, fórmulas particulares, estrategias opuestas. Así es como pueden coexistir en las revistas y en las estanterías de las librerías las dietas *low carb*—como la dieta Scarsdale, de moda en los años 80, la dieta Atkins, desarrollada a principios de los 2000, o la *paleo diet*— y sus contrarias, que proponen un alto consumo de hidratos de carbono—por ejemplo, existe la dieta *Carb lover's*, que promete esbeltez a base de pasta y pizza—; hay dietas basadas en las grasas, como la *keto diet*, y viceversa, otras con cantidades mínimas—como la dieta *DASH*, acrónimo de *Dietary Approaches to Stop Hypertension*—; las que pretenden hacernos perder peso en pocos días, o las que hay que comprometerse a seguir durante semanas o meses; las que se basan en criterios muy estrictos, como la dieta del grupo sanguíneo, y otras que abogan por dietas basadas en el color de los alimentos—la dieta roja, la dieta de los tres colores, o la dieta roja y azul—; y así siguiendo, con una increíble proliferación de trucos alimentarios. No solo intervienen los criterios más diversos y a veces francamente contradictorios, sino que también varía el tipo de valores que explícitamente pone en juego el régimen específico. Mientras que hay algunos que se centran en la dimensión médico-sanitaria, otros están explícitamente orientados a adquirir una buena forma exterior—para adelgazar los físicos más gorditos—, por lo tanto, en la dimensión estética. En principio, estos tipos de valores son opuestos, pero hay que decir que muchos tienden a conseguirlos juntos: así, las dietas de adelgazamiento más frívolas también sirven para desintoxicarnos y sentirnos mejor, y las que son perfectas para mantener a raya nuestra salud también consiguen que recuperemos la línea pronto y de forma saludable.

Hay otra diferencia importante entre los distintos sistemas de adelgazamiento y es lo que podríamos llamar el grado de precisión y científicidad del método propuesto. Algunos, de hecho, se sitúan en el polo de la máxima científicidad, proponiendo dietas basadas en la genética, el control hormonal, el cálculo de calorías, porcentajes de nutrientes y demás. Por ejemplo, la dieta *SIRT* propone un régimen basado en la activación de cierto tipo de genes, llamados sirtuinas, capaces de estimular el metabolismo y, por tanto, de hacernos quemar más energía: entre los alimentos más sirtuínicos están, al parecer, el vino tinto y el chocolate. Incluso la dieta Zona, que veremos más adelante, tiene una base fisiológica muy sólida, que luego se traduce en una fórmula numérica precisa. Hay muy poco que hacer con estas dietas: la prescripción dietética es inflexible, la fuente de la regla es poco cuestionable—¿quién sabe de genética, entre la gente corriente?—, los conocimientos proceden de oscuros y complejos estudios científicos, a menudo elaborados en desconocidos laboratorios universitarios estadounidenses.

Del lado opuesto, se encuentran las dietas que reducen al máximo la complejidad de la fórmula, para dar una impresión de simplicidad y facilidad de aplicación de las reglas dietéticas: he aquí, por ejemplo, la “dieta de los cuatro puñados”, de la dieta *Sense*, cuyo nombre es muy claro: cada comida debe constar de cuatro puñados de alimentos diferentes, lo más equilibrados posible desde el punto de vista nutricional. La composición de la comida, en cuanto a cantidad y tipo, se deja a criterio del sujeto, y es por

tanto vaga, orientativa, más bien libre, basada en la intuición personal, o simplemente en el propio gusto. También porque: ¿a cuánto correspondería un supuesto “puñado”? Es un poco como el *saber implícito* de las recetas de cocina: el “cuánto es suficiente”, la “pizca”, el “puñado”, son unidades de medida vagas, imprecisas, y por esta razón sin embargo importantes en la construcción de una cierta relación con el Enunciador, que en este caso es definido como competente (Marrone, 2014, 2016).

Desde nuestro punto de vista, en efecto, este tipo de diferencias entre regímenes dietéticos concierne a la manera diferente en que se constituye la *competencia presupuesta del Enunciatarario*: reducida y totalmente confiada al Enunciador-dieta, por un lado, o *desembragada*¹ hacia el Enunciatarario, presupuesto competente en su autorregulación.

La competencia entre las dietas comerciales se produce, por lo tanto, en varios niveles:

- en el nivel de la *expresión*, por las distintas sustancias alimenticias elegidas y favorecidas frente a otras—hasta el punto de que existen curiosas dietas de una sola comida, como la dieta *minestrone* o la dieta de la piña— o por la distinta articulación del tiempo diario—regulación del número y el horario de las comidas; número de tentempiés; duración del ayuno, etc.—;
- mientras que, en el nivel del *contenido*, las distintas dietas pueden distinguirse en función de distintos sistemas de valores—salud *vs* estética—; o competencias discursivas en el nivel enunciativo—competente frente a incompetente; conocimiento explícito frente a implícito. Las competencias discursivas de enunciador y enunciatario inscritas en cada dieta no son figuras abstractas que permanecen como tales, sino que reverberan concretamente en la dieta diaria, en la forma en que uno elige y organiza las comidas, en la puesta en práctica de las instrucciones del manual, y quizá incluso en la disposición pasional del sujeto, que se encuentra enjaulado con mayor o menor fuerza dentro de un sistema de reglas orientado a determinados objetivos.

3. “Esta no es una dieta”

Hacer dieta responde, de hecho, a una lógica narrativa muy clara, en la que el papel de la propia dieta cambia según el punto de vista con que se mire. Las dietas, en general, se basan en un sistema de regulación al que uno se adhiere y que debe seguir, so pena de no alcanzar el objetivo final. Antes de ponerse a dieta, como escribe Grignaffini (2013), el sujeto es un *bricoleur* (Lévi-Strauss, 1962). La famosa distinción de Lévi-Strauss entre la lógica del *bricoleur* y la lógica del *ingeniero* ya ha sido adoptada en la semiótica (Floch, 1995), también en la semiótica del gusto (Marrone, 2016, 2022), y se refiere a la forma diferente en que un sujeto se relaciona con el mundo cuando tiene que realizar una tarea. El *bricoleur* es alguien que utiliza lo que tiene a su disposición, reinventando según sus necesidades y para un determinado uso herramientas, objetos,

elementos, que no han sido específicamente diseñados para ese fin. El *ingeniero*, en cambio, es alguien que predispone las acciones y herramientas adecuadas, previendo una para cada tarea y, sobre todo, habiéndolas diseñado precisamente para ese fin. En definitiva, *bricoleur* e *ingeniero* son dos formas de pensar, de actuar, de vivir.

El *bricoleur* pre-dieta es alguien que come sin plan, guiado por los placeres o los disgustos, por los excesos —demasiado o demasiado poco—, y en quien predominan las pasiones de la imprevisibilidad y la intensidad. Es este el tipo de Enunciario construido por el discurso de las dietas. Estas proponen un *Contrato*, un pacto con el sujeto y actúan como Destinatario de sus acciones, sobre la base de instancias valorativas que, como hemos dicho, pueden ser de diversos tipos —estéticas, médicas, morales, etcétera. Corresponde al sujeto seguir el régimen, prestar atención a las prohibiciones y respetar las prescripciones, para alcanzar el objetivo deseado —la línea, la salud, el bienestar. Aquí es donde cambia la lógica con la que abordamos la alimentación y la organización de las comidas: ya no improvisadas, sino planificadas, con una subdivisión precisa del menú de cada día y, sobre todo, una despensa llena *ad hoc*. Una vez iniciado el programa dietético, si se violan las reglas establecidas por el pacto, el sujeto se sale del sistema de valores establecido y son las fuerzas antagónicas las que ganan la partida, es decir, la obesidad, la enfermedad, las manchas, la gordura, con consecuencias negativas sobre el ego del sujeto, pero también sobre sus relaciones sociales y sus *certezas* morales. La dieta, por definición, se basa en el *tener que hacer*, en el *querer ser*, de ahí todas las dificultades para el glotón, el *viveur* o en general para el que se ve obligado a cambiar su forma de ser en la mesa. El *modo deóntico* es el más pertinente en la dinámica de las dietas de adelgazamiento, con todas las consecuencias en la relación con el sujeto a dieta.

Si esta es la situación manipulativa —marcada por un tener-que-hacer-para-querer-ser—, desde un punto de vista pragmático, la dieta también puede ser vista como una herramienta, es decir, como un programa narrativo que el sujeto preliminarmente, y necesariamente, lleva a cabo con el fin de alcanzar su propio Objeto de valor: el adelgazamiento puede, en ciertos casos, ser parte de un camino más amplio, existencial, en el que la pérdida de peso significa una nueva vida, un renacimiento, la liberación de una cáscara que trae dolor físico y emocional (Ventura Bordenca, 2020).

La lógica de la no dieta y de la *negación del deber* caracteriza a las dietas de adelgazamiento. Ya lo registra Boutaud (2013), según el cual el problema de toda dieta es cada vez más el de negarse a sí misma, no hablar de obligaciones y prohibiciones y no presionar al comensal aburrido por otras dietas o que no puede garantizar el esfuerzo y la perseverancia. En uno de los manuales de la dieta de la Zona, por ejemplo, leemos:

la dieta de la Zona no es a corto plazo y no hay alimentos prohibidos. No tiene nada que ver con la privación, porque siguiendo mi programa disfrutarás de una condición mental y física excepcional mientras comes los alimentos que te gustan.

En la página web de Weight Watchers, una dieta fundada en los años sesenta, muy popular en las dos décadas siguientes y que ahora vuelve a estar de moda, se dice que no hay alimentos prohibidos, que “puedes comer con los demás en los restaurantes, no tienes que privarte” y que la clave es “Comer más inteligentemente sin comer menos”. El Enunciario no es, por tanto, alguien que se ve obligado a sacrificar su vida social, no pudiendo asistir a cenas fuera con amigos o teniendo que hacerlo pidiendo solo un pequeño plato de verduras hervidas, sino una persona inteligente, alguien que sabe cómo ponerse en la forma deseada sin privarse de lo que le gusta.

Incluso la llamada Tisanoreica, una dieta fundada por el empresario italiano Gianluca Mech, en la que las comidas se sustituyen o complementan con preparados de hierbas, por extrema que sea —no puede durar más de cuarenta días—, niega claramente ser un régimen dietético real —“No estoy a dieta, estoy a Tisanoreica” es uno de los eslóganes—. Los menús Tisanoreica “permiten —con un poco de imaginación y creatividad— llevar a la mesa platos sabrosos: fusilli Tisanoreica con calabacines y gambas, salmón con cebolletas frescas, grisines Tisanoreica, mousse de crema de vainilla y cereales e incluso tiramisú, lo que demuestra que se puede comer con satisfacción incluso a dieta”.

Como hemos observado en otro lugar (Ventura Bordenca, 2020), los principales problemas de las dietas, que son también sus características fundamentales, es decir, la reducción de las cantidades y la privación de ciertas cualidades gustativas, son denegadas, son camufladas, aunque se trate efectivamente de programas que predicen inevitablemente qué y cuánto comer. Cuanto más se borra o se niega algo, más resulta importante, significativo y culturalmente relevante.

En el lenguaje común, sin embargo, dieta sigue siendo siempre un término marcado —hacer dieta, estar a dieta, seguir una dieta— y se sigue entendiendo como un régimen alimentario con restricciones o limitaciones, que puede ser eufórico o disfórico para quien lo sigue y que inevitablemente sigue cargado de un significado muy fuerte porque influye en nuestra vida cotidiana y social, en la cocina casera, en los hábitos familiares y en los tiempos y formas de convivencia.

Las dietas modernas, pues, aprovechando la ideología nutricionista imperante y explotando la difusión mediática de la cultura científica, han contribuido a transformar los alimentos en sumas de nutrientes, de modo que el pan y la pasta son porciones de hidratos de carbono, los huevos raciones de proteínas y colesterol, las verduras fibra y agua, y así sucesivamente, en una nueva clasificación de los alimentos que de *unidades integrales*, es decir, elementos unitarios reconocibles como individuos, pasan a contarse como *totalidades partitivas*, es decir, sumas de elementos individuales. De ahí que, para calcular las calorías, mantener el azúcar bajo control, reducir el colesterol, las dietas conciben estrategias y métodos, instrucciones y lenguajes para manipular datos y normas químico-físicas. ¿Cómo se simplifica? ¿Cómo dar a la persona que pretende seguir la dieta la oportunidad de hacerlo sin demasiada dificultad? ¿Cómo pedirle que se adhiera a un programa que inevitablemente nos obliga a mirar de otra manera los

alimentos que comemos? No los colores, los sabores, los olores, sino las calorías, los números, las sustancias invisibles y no cuantificables a nuestros ojos –“un bloque de proteínas puede ser 30 gramos de lonchas de carne, o dos claras de huevo o 45 gramos de queso blando bajo en grasas u 85 gramos de tofu. Para tu cuerpo no hay diferencia”, escribe el fundador de la dieta de la Zona, Barry Sears–. No se trata solo de pesar los alimentos, sino también de saber lo que contienen, numéricamente hablando. Es decir, hay un problema de lenguaje y de instrucciones, una cuestión de traducción entre sistemas de sentidos. Algunos lo resuelven adoptando un lenguaje espacial –pirámides, bloques de nutrientes, etcétera–, otros con un lenguaje numérico –puntos disponibles, cálculos y sumas, etcétera– y otros con la metáfora de la guerra –“ataque” a la grasa, “conquista” del peso, “consolidación”, “cruce”, etcétera–.

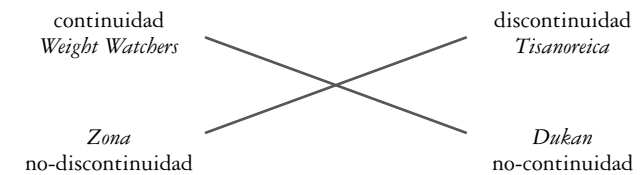
4. Formas de la prescripción

Es posible establecer una clasificación mínima entre los regímenes dietéticos, según el modo en que cada uno de ellos transforma los hábitos alimentarios de los individuos, es decir, bien apartándose bruscamente del modo en que se come habitualmente (*discontinuidad*), bien adaptándose en la medida de lo posible a los hábitos del sujeto (*continuidad*). Tisanoreica, sin duda, se sitúa en el polo de la discontinuidad porque establece una clara diferencia entre los alimentos que define como “comunes” o “cotidianos” y los productos de su línea, vendidos en kits preenvasados, para ser utilizados como sustituto o complemento de otros. No solo eso, sino que la discontinuidad también es fuerte en las prohibiciones: absolutamente nada de azúcar e hidratos de carbono, utilizar solo determinados condimentos, etcétera. Siguiendo a Greimas (1983), en lo que respecta a la modalidad del deber, nos encontramos ante la interdicción –deber no hacer–.

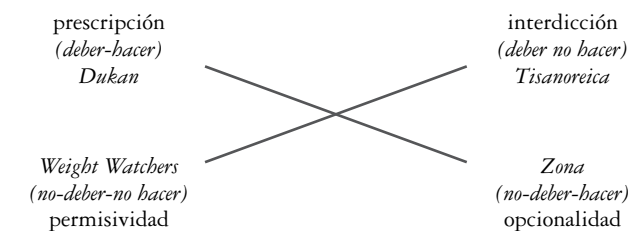
Por el contrario, Weight Watchers se presenta en el polo de la continuidad porque no propone cambios radicales, sino que, al contrario, promete adelgazar sin alterar gustos ni hábitos. No hay alimentos explícitamente prohibidos, ni obligaciones de comer tal o cual alimento. Ciertamente, como régimen de adelgazamiento hipocalórico, Weight Watchers se basa en el límite de la puntuación diaria, pero en la forma de rearticular los alimentos hay un discurso basado en la *permissividad* –no tener que no hacer–. El sistema Dukan, en cambio, niega esta continuidad –no continuidad– porque prevé el abandono a todos los efectos de los alimentos que no sean proteínas y verduras pertenecientes a la categoría de los “100 alimentos fundadores de la especie humana, los de los primeros humanos, cazadores y recolectores, 72 de los cuales proceden de la especie animal y 28 de la especie vegetal”. De nuevo, por tanto, como en el caso de Tisanoreica, el periodo de dieta implica una suspensión temporal de los hábitos anteriores. Y aunque, dentro de estos 100 alimentos, se pueda comer sin restricciones cuantitativas, constituyendo un aparente estado de permissividad, se trata de una libertad controlada, es decir, delimitada por fuertes fronteras –los 100 alimentos– que acaba constituyendo una situación de *prescripción* para el sujeto –tener que hacer–.

En cambio, la Zona opera presentándose como un estilo dietético que no está en discontinuidad –no *discontinuidad*– con los sistemas dietéticos más comunes –“el enfoque de la alimentación en términos hormonales es ciertamente revolucionario, pero comer según los principios de la Zona no lo es en absoluto”– y, como ya hemos visto, pretende potenciar la familiaridad entre el régimen dietético y el de las generaciones mayores –“si tu abuela podía hacerlo, ¿por qué no ibas a poder hacerlo tú también?”–. Incluso en la modulación del *deber* para con el sujeto, el discurso de la Zona, aunque repleto de fórmulas y cálculos, se cuida de no imponer prohibiciones absolutas –“no le aconsejo que prohíba por completo los hidratos de carbono en su mesa”, escribe Sears– ni obligaciones –“no defiendo que se llene de grasas”–, sino que ofrece “consejos” y pasa “buenos trucos” sobre cómo ingerir determinados elementos “con moderación”. En realidad, la distinción entre alimentos “favorables” y “desfavorables” no es exactamente una oposición entre alimentos permitidos y prohibidos, sino entre alimentos que pueden ayudar a entrar en la Zona y otros que no. Desde el punto de vista de la modalidad del deber, podemos concluir que la dieta Sears se sitúa en el polo de la *opcionalidad* –no tener que hacer–, lo que no significa que no haya ejercicio del deber –la dieta de adelgazamiento es por definición un sistema normativo–, sino que la persuasión para seguir los dictados de la dieta, más que con imposiciones o prohibiciones explícitas, tiene lugar con una estrategia basada en la transmisión de información científica, la puesta en común del conocimiento del método y la técnica de las advertencias prácticas. A continuación, es el sujeto quien elige. Como si dijéramos: yo te lo dije.

Así pues, podemos resumir la articulación de la categoría *continuidad vs discontinuidad* con respecto a la alimentación diaria tal y como surgió en el corpus de dietas de adelgazamiento observadas:



Mientras que, con respecto a la categoría de requerimiento –*tener que hacer vs no tener que hacer*, Greimas 1983– la situación puede articularse de esta manera:



Se trata, por supuesto, de tendencias dominantes, y no únicas, en la estrategia de relación del Enunciador. El aspecto interesante no es tanto el de la categorización en sí, sino el de la forma en que se entrecruzan las dos categorías, la de la relación con la comida y la del deber, se entrelazan: si en efecto es fácil imaginar una situación de prohibición en un régimen basado en un protocolo rígido –como Tisanoreica–, es más curioso descubrir que detrás de una aparente libertad se esconde en cambio un régimen prescriptivo –como Dukan.

5. Filosofías de regímenes dietéticos y modelos corporales

Las propias dietas, en los manuales, recetarios, libros de iniciación de sus inventores y en todos los textos que conforman el *discurso dietético* –incluidos por tanto también los de otros que hablan de él, como periodistas, blogueros, testimonios– definen en su interior otras tantas imágenes del sujeto y de su corporalidad. No se trata de meras representaciones mediáticas sin efecto concreto, sino de verdaderos simulacros comunicativos que constituyen al usuario potencial de la dieta e interactúan con el de carne y hueso, seduciendo o disuadiendo, motivando o consolando, reprendiendo o tranquilizando, dando más o menos espacio al caos y a los sobresaltos afectivos y somáticos del sujeto.

Si bien todas las dietas tienen como premisa la transformación del cuerpo del sujeto, no todas lo hacen de la misma forma y, lo que más nos interesa, no todas cuentan las etapas de este proceso de transformación en la misma modalidad.

Podemos, de hecho, identificar dos concepciones diferentes del cuerpo a dieta, *tener un cuerpo* y *ser un cuerpo*². Algunas dietas se centran en la funcionalidad del cuerpo, en reequilibrar sus partes, en mejorar sus capacidades, e instruyen a un cuerpo-máquina sobre el que los alimentos actúan como un fármaco, según una relación estímulo-respuesta, causa-efecto. El sujeto *tiene un cuerpo*, compuesto de metabolismo, respuesta hormonal, mecanismos digestivos, reacciones químicas, cambios de peso, y la dieta modifica lo que el cuerpo *hace*, y le provoca una transformación a nivel de las vísceras o de las características estéticas –tonicidad, tersura de la piel, reducción de la cintura, etcétera–. Estas dietas se distinguen por proponer un método con base científica que permite adelgazar precisamente gracias a los complejos mecanismos en los que se basa el cuerpo humano: control hormonal y gestión de la insulina –Zona–, reacciones metabólicas –Tisanoreica–. En otras palabras, el cuerpo es visto como una interacción entre los órganos y un sistema de equilibrios químicos, y sus cambios progresivos durante la dieta son el resultado de estas operaciones.

Es el *hacer* del cuerpo el que se sitúa en el centro del discurso de la dieta, su competencia y *performance*, al que corresponde un sujeto cuya tarea es observar, medir, evaluar las respuestas de este cuerpo. Como escribe Sears “si todos estos indicadores son positivos, puedes confiar: estás en la Zona”. Por lo tanto, además de calcular las calorías, hay que comprobar si se tiene apetito entre cuatro y seis horas después de comer, si uno se siente concentrado, anotar lo que se ha comido y planificar la próxima comida. Con-

vertirse, en definitiva, en un “investigador astuto de la alimentación”. Evidentemente, la dimensión cognitiva del tema resulta esencial: tengo un cuerpo y debo controlarlo.

Distinto es el enfoque de dietas como Dukan y Weight Watchers, en las que predomina la dimensión psicológica del sujeto, para quien la comida se describe en términos de “válvula de escape”, “comodidad”, etcétera, pero también como un conjunto de deseos, placeres y creador de convivialidad. En los manuales Dukan, uno se dirige a la persona con sobrepeso –interlocutor explícito y casi único– imaginando y describiendo sus estados de ánimo antes de iniciar la dieta –cansancio, resignación, frustración, etcétera–, mostrando comprensión y conocimiento de sus características psicológicas –inmadurez, debilidad, inconstancia, etcétera– y, sobre todo, destacando que, por estas razones, son sujetos a los que no se puede dejar solos durante la dieta, que deben recibir un apoyo adecuado –ofrecido, por supuesto, por el método Dukan–. Estamos en la dimensión del ser del sujeto, de sus estados de ánimo y de sus trastornos emocionales, que son siempre de tipo intersomático e intersubjetivo: la incomodidad de tener que afrontar la dieta frente a otras personas que, en cambio, disfrutarán de comidas festivas, la euforia por haber conseguido resistirse a un suculento plato, son consecuencias emocionales y reacciones concretas producidas por el entrelazamiento de deseos, placeres, rituales, constricciones a la vez sociales y corpóreas.

El mismo espíritu de empatía hacia las personas que hacen dieta anima la filosofía de Weight Watchers, pero, a diferencia de Dukan, que hace de la rígida secuencia de instrucciones uno de sus puntos fuertes, no se sitúa en una relación paternalista con el sujeto ni lo describe en términos disfóricos como alguien que carece de competencia emocional –*saber y poder ser*–, sino que abraza plenamente el estilo de vida –“sí a vivir tu vida”–, sobre todo dando una sanción positiva, tranquilizadora y alentadora: por ejemplo, con frases como “*Make weight loss fit your life*”, es decir, haz que la pérdida de peso se adapte a tu vida, y no al revés.

No se hace referencia a los nutrientes ni a los procesos metabólicos –que en Dukan, sin embargo, son explícitos, dando un trasfondo naturalista-objetivo a la dieta–, sino al “*real food*”, a la comida verdadera, es decir, la que se ama, se disfruta y se comparte. De ahí las imágenes, vídeos y relatos de la vida cotidiana, de alegres reuniones familiares, de aperitivos con amigos, en los que todo el mundo se dedica a comer, por supuesto, en un estado de euforia generalizada. Una vez más, por tanto, el modelo de corporeidad construido y relanzado por el discurso de Weight Watchers no se basa en el *hacer* del cuerpo y sus transformaciones orgánicas, sino en lo que siente y es, en el *ser* del sujeto, constituido por la intersección de gustos personales, hábitos perceptivos, tensiones corporales y situaciones intersubjetivas.

Conviene aclarar que también se trata de una dieta hipocalórica que se fundamenta en bases científicas, pues, como ya hemos visto, es un programa por puntos, calculado en función del peso ideal que se desea alcanzar, pero lo que nos interesa aquí es la estrategia de comunicación utilizada y, en consecuencia, el tipo de consumidor que emerge, el modelo de corporeidad que se pone en escena, la forma de identidad, en fin, a la que se pide adhesión.

Notas

1. Nota del trad.: la autora usa en italiano *debrayata*, palabra adaptada y adoptada del francés *débrayage*.
2. Para un examen de los modelos corporales construidos por las marcas –tener un cuerpo frente a ser un cuerpo–, véase Marrone (2010) sobre la publicidad de las marcas deportivas.

Referencias bibliográficas

- BOUTAUD, J.-J.** (2013). Dimagrire in regime mediatico. En D. Mangano y G. Marrone (Eds.), *Dietetica e semiotica* (pp. 19-37). Mimesis.
- FLOCH, J. M.** (1995). *Identités visuelles*. PUF.
- GREIMAS, A. J.** (1983). *Du sens II*. Seuil.
- GRIGNAFFINI, G.** (2013). Dieta: regime del senso e dei sensi. En D. Mangano y G. Marrone (Eds.), *Dietetica e semiotica* (pp. 39-50). Mimesis.
- LÉVI-STRAUSS, C.** (1962). *La pensée sauvage*. Plon.
- MANGANO, D.** (2013). Introduzione. En D. Mangano y G. Marrone (Eds.), *Dietetica e semiotica* (pp. 9-17). Mimesis.
- MANGANO, D. Y MARRONE, G.** (Eds.). (2013). *Dietetica e semiotica*. Mimesis.
- MARRONE, G.** (2007). *Il discorso di marca*. Laterza.
- (2010). Marche sportive e modelli di corpo. En P. Cervelli, L. Romei y F. Sedda (Eds.), *Mitologie dello sport. 40 saggi brevi* (pp. 225-231). Nuova Cultura.
- (2016). *Semiotica del gusto*. Mimesis.
- (2022). *Gustoso e saporito. Introduzione al discorso gastronomico*. Bompiani.
- (2014). (Ed.). *Buono da pensare*. Carocci.
- POLLAN, M.** (2008). *In defence of food*. Penguin.
- VENTURA BORDENCA, I.** (2020). *Essere a dieta. Regimi alimentari e stili di vita*. Meltemi.

Postfacio: Mapa de ruta sobre la producción bibliográfica sobre cocina, gusto e identidad* / Postface: Bibliographical Roadmap on Cuisine, Taste And Identity

Francesco Mangiapane y Carina Perticone

Francesco Mangiapane es investigador en Semiótica de la Universidad de Palermo, Italia, donde imparte cursos de Semiótica del Patrimonio Cultural y Semiótica de la Gastronomía. Es vicepresidente del Circolo Semiologico Siciliano y dirige, junto con Gianfranco Marrone, la serie Nuovi quaderni del Circolo Semiologico Siciliano para las ediciones del Museo Pasqualino. francesco.mangiapane@unipa.it

Carina Perticone. Universidad Nacional de las Artes, Área Transdepartamental de Crítica de Artes. Es doctoranda en Artes (orientación Historia y Teoría), Magister en Crítica y Difusión de las Artes y docente en la cátedra de Lenguajes Artísticos y en el Seminario de Investigación para Práctica Curatorial. Es egresada del Programa Especial de Posgrado en Antropología de la Alimentación (IDAES-UNSAM). carinaperticone@gmail.com

Como se anunciaba en la Introducción, este número nace con el objetivo de poner en relación las investigaciones y los estudios semióticos realizados sobre la alimentación a ambos lados del Atlántico, con el objetivo de constituir una bibliografía compartida de estudios sobre la semiótica de la alimentación, la cocina y el gusto. Concretamente, nos interesaba compartir orientaciones, enfoques, métodos, referencias y *corpus* de cara al reconocimiento de una comunidad semiótica cada vez más amplia e internacional, interesada en interactuar en torno a proyectos y propósitos comunes. Para avanzar en esta dirección, vale la pena volver sobre algunos supuestos epistemológicos, teóricos y metodológicos que constituyen el terreno sobre el que pretende avanzar esta investigación.

1. Un punto de vista semiótico sobre la nutrición

Una primera elección de campo se orienta a la posición que los estudios semióticos de la alimentación, la cocina y el gusto, tal como se pretende que se practiquen aquí, pueden ocupar dentro de la categoría de las ciencias humanas. El problema del gusto -conectado como está con el de la sensorialidad y la percepción- puede, de hecho, investigarse apelando a más que hipótesis epistemológicas opuestas. Una declaración de principios, en su momento, desarrollada por Lévi-Strauss (1962, p. 128), puede ayudar a transmitir la idea: “Se entiende, entonces, que las especies naturales no son elegidas porque son ‘buenas para comer’, sino porque son ‘buenas para pensar’”. Como decir que lo que orienta el juicio colectivo sobre lo que en un determinado contexto puede considerarse apto para ser comido no es la propia percepción -“el propio gusto”- como absoluto originario y anterior a cualquier filiación simbólica sino más bien todo lo contrario. Este juicio de “idoneidad” depende, de hecho, de una operación más general y profunda, llevada a cabo por la cultura, de organizar el mundo dentro de categorías simbólicas de las que también dependerá la percepción misma. El placer de morder un sándwich en algún *restaurante de comida rápida* con amigos no derivará, por tanto, de la supuesta y absoluta “bondad” de sus ingredientes sino de la compleja red cultural en la que ese sándwich -y su efecto perceptivo “gusto”- encuentran un lugar. Tal red cultural es el resultado de múltiples clasificaciones, tanto materiales (*expresión*) como simbólicas (*contenido*), que corresponde al semiólogo desentrañar.

Si observamos la cultura alimentaria desde esta perspectiva podremos, por ejemplo, notar cómo en la organización social concreta de los pueblos y culturas es realmente difícil identificar algo que no se puede comer por alguna razón orgánica. Durante muchos años, los islandeses consideraron que la carne de tiburón era venenosa debido a su alto nivel de amoníaco. La fermentación es la práctica que ha adoptado la cultura islandesa para incorporar a su cultura gastronómica este pescado, tan extendido en los mares del norte pero difícil de tratar. Así es como, debidamente procesada, su carne inicialmente venenosa puede tomar la apariencia del delicioso *hákarl*, un plato reconocible y reconocido del folclore local. En esta ocasión, podemos recordar cómo el *hákarl* ha acabado asumiendo el papel de “cuco” para los turistas en el discurso mediático contemporáneo, hasta el punto de que su sabor fuerte y acre resulta repulsivo para quienes no forman parte de la red de sociocultural en que se produce su consumo. Así, los numerosos visitantes que eligen Islandia como destino turístico se ven “desafiados” a comerla para demostrar su apertura hacia la cultura “perceptiva” local, demostrando - ante todo a sí mismos - que saben ponerse auténticamente¹ en el línea en la relación con los demás a lo largo del viaje, más allá del estereotipo turístico. Por lo tanto, el tiburón fermentado sólo es *bueno para comer* si, en un contexto determinado, por las más diversas razones, anteriormente se había considerado “bueno para pensar” y, por lo tanto, digno de atención gastronómica para hacerlo apto para el consumo.

Otro ejemplo puede resultar útil para transmitir la idea, esta vez tomado de la historia de la alta cocina. Estamos en el año 1981, en el restaurante de un gran chef italiano,

Gualtiero Marchesi. Será él quien elija insertar una lámina de oro en su interpretación de uno de los platos más emblemáticos de la cocina italiana, el risotto milanés. También en este caso se introduce en el sistema alimentario (de lo que se puede comer) un metal que nunca había encontrado un lugar allí. Para mediar entre la obstinación del metal (cuyas propiedades materiales son difíciles de conciliar con el consumo de alimentos) y la mesa puesta donde se comerá, se inserta el poder socializador de la cocina, que, operando sobre el mundo natural, lo transforma incesantemente.

Si se mira más de cerca, la forma en que este risotto dotado de su extraño ingrediente² es candidato a convertirse en protagonista de la mesa responde a una lógica verdaderamente semiótica. Se hace referencia a la teoría del lenguaje de Hjelmslev (1943) quien, como se sabe, además de describir su estructura como una relación entre el plano de expresión y el plano de contenido (lo que Saussure llamó *significante* y *significado*), identificó otro estructurante interior de los dos planos, distinguiendo entre forma, sustancia y materia. El mundo que se entrega a la percepción se presenta ante nosotros como *sustancia*, manifestación concreta y singular de aspectos *formales* y abstractos que nos permiten darle significado. La percepción, por tanto, es siempre percepción “formada” por algún estatus cultural y, sólo hipotéticamente, es posible imaginar un mundo de exterioridad pura, lo que Hjelmslev llama *materia* -desde este punto de vista similar al *noúmeno kantiano*- anterior a esta operación de puesta en forma. En línea con tal enfoque, es fácil para Greimas describir nuestra relación con el mundo como intrínsecamente semiótica, una verdadera *semiótica del mundo natural* (1968), ya que este efecto de significado está siempre en progreso, en el tiempo y el espacio, una obra, en definitiva, siempre en construcción. Y es sobre este supuesto -veremos- es posible fundar una teoría semiótica contemporánea de la cultura alimentaria y la nutrición, como una teoría que problematiza la frontera semiótica entre naturaleza y cultura.

2. El itinerario seguido por la escuela de Palermo

De hecho, este es precisamente el itinerario seguido por la escuela de Palermo, que dio lugar a la publicación en 2011 de *Addio alla Natura*, un texto fundamental de Gianfranco Marrone en el que problematiza el enfoque del *naturalismo* imperante en la sociedad contemporánea (y por tanto también en sus medios de comunicación), en línea con lo que, precisamente en esos años, estaba sucediendo en el debate filosófico y antropológico gracias al trabajo de estudiosos de la talla de Philippe Descola, Edoardo Viveros De Castro, Bruno Latour, Tim Ingold³ y otros, se propone la idea de una reformulación plural de este concepto: ya no *Naturaleza* - en singular y con *n* mayúscula - sino *naturalezas* - en plural y con *n* minúscula - resultado local y siempre perfectible de la interacción cultural. De estas naturalezas es necesario revelar la trama, la estructura textual, el marco oculto que rige su destino.

El problema de la nutrición, necesidad primaria e inalienable del ser humano y al mismo tiempo resultado siempre cambiante de la variedad cultural de recetas y platos, se habría revelado como un banco de pruebas para tal cambio de rumbo.

Ante tal objetivo general, avanzamos en al menos tres direcciones paralelas.

Por un lado, se reconstruye una genealogía del trabajo antropológico y semiótico ya establecido por los maestros de los estudios estructurales, que podría servir de inspiración y camino hacia el cual avanzar. Desde la escuela de Palermo, se publicó en 2012 *La cucina del senso. Gusto, significazione, testualità* (Giannitrapani y Marrone, eds.) que recoge algunos ensayos fundacionales como “Pour une psycho-sociologie de l'alimentation contemporaine” de Roland Barthes (1960) en el que se afirma el papel “signo”, comunicativo y cultural de los productos de la cocina más allá de la necesidad fisiológica, y “Petit traité d'ethnologie culinaire” de Claude Lévi-Strauss (1968), en el que se presenta el famoso modelo del triángulo culinario o incluso el ensayo de Roman Jakobson (1965) dedicado a la receta del lucio a la polaca, en el que se destaca el papel semiótico de la cocina en la construcción de la identidad cultural. También está el ensayo de la gran antropóloga inglesa Mary Douglas, “Food as a system of communication” (1982), que es un informe de investigación sobre la dieta de los trabajadores ingleses y que ya desde el título sugiere un verdadero programa de investigación que aún debe ser construido. Es de esta antología que surge la propuesta epistemológica común: la cocina sólo puede estudiarse en su dimensión sistemática *-como cultura* (ver Montanari, 2004)-, es decir, ser tomada en consideración en el complejo de manifestaciones de la vida social, y como vehículo de comunicación, capaz de simbolizar algo distinto de sí mismo, prestándose como sistema de modelación (releyendo Lotman y Uspenskiy, 2001, pp. 42-43, Marrone habría añadido: “primario” cf. Marrone, 2013b) del mundo.

Pero además de indicar una dirección denominada epistemológica, el volumen se ocupa de proponer directrices metodológicas para el relanzamiento de un programa de trabajo específicamente semiótico sobre el tema de la alimentación. Siguen siendo fundamentales los análisis de Algirdas Greimas (1983) sobre la receta de la sopa de pesto, de Jean-Marie Floch (1995) sobre la estética sensible de la cocina de Michel Bras y de Françoise Bastide (1987) sobre las operaciones de tratamiento de la materia. Corresponderá a estos (y otros) ensayos indicar la posible deriva de las indicaciones epistemológicas generales recién relanzadas hacia una semiótica del texto propiamente dicha y metodológicamente orientada. La contribución de Greimas -ya contenida en *Du sens II* (1983)- explora el problema teórico general de la construcción del objeto de valor, tomando como pretexto la receta de un famoso plato provenzal, la sopa de pesto. Insertar un análisis de este tipo dentro de una antología de semiótica alimentaria cambia su carácter referencial, devolviendo cada indicio de un alcance general a una teoría contextual de la cocina. Es así como el ensayo se revela como un modelo para el análisis de la receta, un texto fundamental para la conservación del patrimonio cultural alimentario, cuya estructura textual -como acertadamente señala Marrone (2014, pp. 37-47)- puede asimilarse al del relato. Reconstruir la organización textual

descrita por las recetas de un plato específico ayuda, de hecho, a circunscribir el papel cultural y semiótico del plato en sí. Por lo tanto, parece claro cómo poner orden en la organización textual de cualquier receta puede aparecer como una operación teóricamente (ver Ricœur, 1983, 1984, 1985; Ricœur y Greimas, 2000) indistinguible de poner orden en el mundo dentro del cual encuentra lugar el plato que se describe.

Para trazar pautas metodológicas para el análisis de recetas, la enumeración de las operaciones fundamentales implicadas en el tratamiento de la materia (y por tanto también de los ingredientes en la cocina) llevadas a cabo por la obra de Bastide tiene su propia utilidad táctica. Queda por indicar una línea de conducta para abordar el problema de la dimensión estética y perceptiva (y por tanto simbólica y cultural) de la nutrición. ¿Es posible definir formas adecuadamente semióticas de abordar este aspecto? El análisis realizado por Floch sobre la cocina de Michel Bras constituye, a este respecto, una auténtica mina teórica y operativa. Todo surge de una necesidad práctica: construir la marca de Michel Bras. Floch fue, de hecho, llamado como consultor para la creación del logotipo corporativo del conocido restaurantero francés, en busca de coherencia comunicativa entre formas textuales heterodoxas (logotipo e identidad visual, territorio, restaurante, platos, etc.), de modo que sea posible crear una única narrativa coherente, con el objetivo de situar la figura del chef dentro de un auténtico trasfondo mitológico, con una peculiar misión dentro del mismo. Por tanto, el semiólogo tiene la tarea de “armonizar” diferentes formas textuales, utilizando sus propios conocimientos para desarrollar una propuesta de comunicación coherente y eficaz. Se trata de un problema de marketing clásico, que suele resolverse apelando a la intuición de la persona creativa llamada a resolverlo, para el que la semiótica ofrece, en cambio, una clave, una teoría (véase Marrone, 2007). El hinojo alpino -planta silvestre emblemática del territorio de la región francesa de Aubrac en la que insiste el restaurante y ingrediente fetiche de su cocina- es elegido como referencia figurativa del nuevo logotipo, por sus cualidades materiales y perceptivas, capaces de evocar una actitud, una verdadera forma de vida encarnada por la cocina de Bras, basada en la delicadeza. Floch muestra cómo la figura del hinojo alpino -un elemento delicado, a la vez frágil y con una fuerza perceptiva más que penetrante, capaz de alterar el equilibrio de los sabores en el plato- en las preparaciones de Bras (su famosa “lubina con suero de leche, espinaca de Malabar y albondiguillas de pan a la salvia”) acaba dando vida a un microrrelato, de modo que la delicadeza del hinojo que contiene puede convertirse en el emblema de una peculiar relación entre los comensales del restaurante y el territorio. Los platos servidos en la mesa de Michel Bras, de hecho, construyen la figura de un peculiar enunciador, feliz de dejarse impresionar por las sugerencias infinitesimales del mundo sensible que devuelve el territorio de Aubrac en la mediación que ofrece la cocina del chef. Floch organiza el logo del restaurante realizando un análisis detallado de las textualidades involucradas en la definición de la identidad de Bras, resaltando las homologías estructurales y las posibilidades de conversión entre ellas, explicando así un método de trabajo a caballo entre la semiótica y la antropología de carácter ejemplar y que, precisamente por eso, tendrá un papel fundamental en la definición del planteamiento de la escuela de Palermo.

En 2012, mismo año de aparición de *La cucina del senso*, se publicó *Il senso goloso, La commensalità, il gusto, gli alimenti*, traducción al italiano de un texto de Jean-Jacques Boutaud a cargo de Pier Luigi Basso Fossali. Este es un trabajo importante para la estructuración de un enfoque semiótico de las cuestiones alimentarias. Como se indica en el epígrafe del volumen extraído de la Fisiología del gusto de Brillat-Savarin (1982 [1825]), según Boutaud, el placer vinculado a la comida sólo puede atribuirse parcialmente a la satisfacción de una necesidad fisiológica, ya que es igualmente importante el placer de la mesa: una teoría semiótica de la experiencia del comer y su fruición implicada no puede dejar de tener en cuenta ambos aspectos. En definitiva, es la misma duplicidad la que se puede reconocer en el significado que la palabra gusto adquiere en el léxico contemporáneo: al mismo tiempo percepción (el sabor de la cereza) y sensibilidad cultural (una cena preparada “con gusto”): los dos sentidos van juntos y corresponde al semiólogo resaltar su continuidad. Para ello hay que fijarse en cómo la mesa se presenta como teatro de todo ello. Y es, por tanto, la comunicación gastronómica, la relación peculiar que se establece entre comensales, sujetos que comen juntos alrededor de una mesa, la maraña por desentrañar, el objeto problemático de toda semiótica posible del gusto.

La idea de *imagen gustativa*, propuesta por Boutaud, y modelada a partir de la idea saussuriana de *imagen acústica*, pone en continuidad los mundos evocados por los diferentes significados del gusto recién mencionados, resultantes de la intersección del efecto perceptivo (*imagen del sabor*), de la *imagen del alimento* (las conversaciones sobre comida y alimentos) y de la *imagen de la escena alimentaria* (la situación, la dimensión pragmática).

La contribución de Landowski es de otro tenor (ver Landowski y Fiorin, 1997; Landowski, 1997, 2004, pp. 241-305, 2013), que se centra en reconstruir un marco relacional del problema de la percepción, con el fin de superar el sentido común por el que el gusto se constituye como una idiosincrasia individual (“soy alguien a quien le gusta la langosta”) o como una cualidad de las cosas (“la langosta es un alimento exquisito”). Superando, por tanto, la dicotomía que opone la subjetividad del gusto y el gusto de las cosas, Landowski sostiene que el gusto se constituye en la relación siempre variable entre las cualidades sensibles inmanentes al mundo y la competencia estética de los sujetos llamados a saborear y expresar un juicio sobre su experiencia de degustación.

Es también otra la perspectiva señalada por Fontanille (2004), quien se centra en describir las formas de una sintaxis real de la ingestión, distinguiendo dos niveles del fenómeno perceptivo, uno interesado en describir el itinerario fisiológico y corporal de la percepción y el otro, en cambio, ligado a las sintaxis figurativas que surgen de tal itinerario. Fontanille identifica así un verdadero tema somático útil para describir la génesis y el desarrollo del proceso perceptivo y, por otro lado, una sintaxis figurativa real capaz de dar cuenta de este proceso perceptivo en el discurso. A partir de estas reflexiones, Marrone aborda también el problema de la percepción gustativa. Su elección de campo pretende, sin embargo, situar el problema de la percepción gustativa dentro de un proyecto de investigación orientado a la construcción de una teoría se-

miótica general de la percepción. Para ello, retomando a Greimas, propone reconocer en la dialéctica entre semiótica figurativa y semiótica plástica inicialmente teorizada para dar cuenta de la doble significación de las imágenes, la clave para dar cuenta del problema de la percepción *tout court*, y por tanto también del gusto. Gustoso y sabroso (ver 2013b, 2016, 2022) son los términos con los que el autor refiere a la transposición de las nociones de figurativo (gustoso) y plástico (sabroso) en el ámbito del comer y degustar. Paralelamente al trabajo de rearticulación de un punto de vista disciplinar sobre las cuestiones alimentarias, la segunda dirección emprendida por el grupo de investigación de Palermo es reconstruir un estado del arte del discurso académico y más generalmente cultural sobre la alimentación, gracias a un trabajo de selección y relectura de algunas referencias significativas (ver al menos Aron, 1973; Bourdieu, 1979; Detienne y Vernant, 1979; Ricci y Ceccarelli, 2000; Hennion, 2004, 2019; Pollan, 2008, 2013) y, por otro lado, gracias al hecho de interrogar a algunos de los protagonistas directamente. Esto último fue un logro del Máster de segundo nivel en Cultura y Comunicación del Gusto, significativamente titulado “Bueno para pensar”, inaugurado en la Universidad de Palermo en 2012, en el que intervienen académicos de la talla de Corrado Barberis⁴, Jean-Jacques Boutaud⁵ y Massimo Montanari⁶, Nicola Perullo⁷, Carlo Petrini⁸ y muchos otros. El diálogo con la comunidad académica y profesional que progresivamente se congrega en torno al Máster permitirá mapear un “estado del arte” de los estudios del comer y del cocinar desde el que medir afinidades y diferencias para definir un punto de vista disciplinar original. En torno a la organización de esta universidad será posible reunir y reconocer a un primer equipo de investigadores de Palermo entre los que se encuentran Alice Giannitrapani, Dario Mangano, Francesco Mangiapane, Gianfranco Marrone, Ilaria Ventura Bordenca.

El tercer paso es el relanzamiento de nuevos estudios semióticos sobre temas alimentarios y culinarios. Salvo algunas luminosas excepciones (las obras antes mencionadas de Barthes, Bastide, Floch, Greimas y otros) y un volumen básico editado por Landowski y Fiorin (2000), la semiótica aún no había mostrado un interés específico por el tema de la dieta. Llegó entonces el momento de que, tras el trabajo “genealógico” realizado por *La cucina del senso* y al margen de la obra del Maestro, *Buono da pensare. Cultura e comunicazione del gusto* viera la luz en 2014 editado por Gianfranco Marrone. El volumen se presenta como un análisis del discurso gastronómico a partir de su comunicación, y se centra en la reconstrucción y crítica de la retórica encarnada por el relato cotidiano de la comida difundido por los medios de comunicación. Corresponde a todos y cada uno de los investigadores del equipo formado investigar un “trozo” del imaginario: el problema teórico de la relación entre comida y lenguaje y el de la edición en papel (recetas, libros de cocina, guías gastronómicas) es explorado por Marrone; el debate sobre la publicidad y el de los utensilios de cocina por Dario Mangano; el universo televisivo y el debate sobre los restaurantes por Alice Giannitrapani; el relato gastronómico aportado por el cine y el de los blogs y las redes sociales por Francesco Mangiapane; y el universo de las dietas por Ilaria Ventura Bordenca. El éxito de esta operación de relanzamiento (en su triple estructura, recién destacada) permite a la escuela de Palermo obtener un amplio

reconocimiento, aterrizando también en la Universidad de Ciencias Gastronómicas de Pollenzo, donde a partir de ahora se impartirán periódicamente cursos de Semiótica de la gastronomía impartidos por los animadores del colegio de Palermo. Todo esto sucede mientras la gastronomía se convierte en una moda cuya fuerza puede, por el propio Marrone, proponerse como una clave de comprensión que hace época: con *Gastromania* (2014), elegimos hablar a un público de lectores más amplio y articulado que el académico, indicando la obsesión por el discurso gastronómico como signo de los tiempos.

Pero ¿cuáles son los supuestos teóricos establecidos hasta ahora? Para completar los análisis de *Buono da pensare*, bastan las herramientas consolidadas de la semiótica (greimasiana) del texto. Es decir, lo que se necesita por encima de todo es: método. En línea con la superación de la semiótica específica anunciada por Paolo Fabbri ya en 1998, rechazamos, en definitiva, la idea de que la nutrición pueda requerir herramientas teóricas ad hoc para ser analizadas. Por el contrario, conceptos y nociones del acervo de conocimientos desarrollados por la teoría general son “exportados” hacia el discurso gastronómico, limitando de algún modo su alcance, para uso de un mundo de académicos y expertos del sector ajenos al alcance heurístico de la “caja de herramientas” (usamos, aquí, con nostalgia, una frase de Fabbri) de la parafernalia semiótica. Este es el caso, por ejemplo, de las nociones de “gustoso” y “sabroso” creadas por Marrone (2013b, 2022) a partir de una profunda y arraigada reflexión de la disciplina semiótica sobre la percepción (ver Greimas, 1984, respecto a las nociones de “plástico” y “figurativo”). Pero tal método de trabajo necesita sobre todo coordinación, es decir, un grupo de investigadores suficientemente articulados para poder monitorear territorios y áreas de conocimiento variados (teniendo en cuenta en la medida de lo posible problemas teóricos específicos, bibliografías sectoriales, etc., a evaluar en el análisis). Es precisamente a partir de *Buono da pensare* que el grupo de Palermo de alguna manera se “especializa” en tipos de discurso, de modo que Giannitrapani puede monitorear el problema de los espacios de consumo de alimentos (ver Giannitrapani, 2021), Mangiapane el del cine (ver Mangiapane, 2020, 2023), Mangano el del diseño (ver Mangano, 2014a, 2014b, 2016, 2019, 2020), Ventura Bordenca el de las dietas y la higiene (ver Ventura Bordenca, 2020, 2022, Costanzo y Ventura Bordenca, 2024). Marrone tendrá en cambio el papel de orientar progresivamente su producción hacia la construcción de una teoría semiótica de la alimentación: Marrone 2016 y 2022 serán fundamentales en este camino. Este momento de especialización marcará el itinerario de investigación de los investigadores involucrados que inaugurarán con sus contribuciones un camino que conducirá a proyectos de investigación, monografías, artículos científicos y otras iniciativas. También se sumará al equipo Davide Puca, quien luego de obtener un Doctorado en Disciplinas del Patrimonio Cultural por la Universidad de Palermo, con una tesis en semiótica, publicará un volumen dedicado a los procesos del patrimonio en la cultura alimentaria (Puca, 2021).

Mientras tanto, la comunidad semiótica italiana (y en cierto modo también la internacional) se deja “contagiar” por la producción de estas nuevas investigaciones y por su fuerza: así dedica en 2018 la Asociación Italiana de Estudios Semióticos su congreso

anual con el tema “Políticas del Sabor”. El congreso, organizado en Palermo, contó con un número excepcional de participantes y contribuciones que finalmente se publicarían en dos números monográficos de *E/C*, la revista oficial de la asociación (números 26 y 27 de 2019, editados respectivamente por Lorusso y Marrone, y de Giannitrapani y Ventura Bordenca).

El itinerario de investigación continúa con una reflexión común sobre la cocina siciliana que desembocará en un volumen colectivo editado por Alice Giannitrapani y Davide Puca (2020), cuyo título *Forme della cucina siciliana. Esercizi di semiotica del gusto* contiene una doble referencia: de un de un lado, a la vocación semiótica por la identificación de los aspectos formales del significado y, de otro, a un modelo específico para el análisis, el greimasiano de *Maupassant* (Greimas, 1995, cuyo subtítulo era precisamente “Ejercicios de semiótica del texto”). La investigación analiza algunas recetas de los platos más representativos de la cocina insular, a partir de un corpus de recetarios canónicos cuidadosamente seleccionados. Pero la comparación de recetas es sólo el punto de partida de un trabajo más amplio de reconstrucción de un discurso gastronómico relanzado en la discusión pública por múltiples enunciadores y a través de formas textuales igualmente múltiples⁹. Por lo tanto, resaltar las formas de la cocina siciliana a partir del análisis del texto significa centrarse en las afinidades y diferencias entre las distintas versiones de una misma receta, cuidando de reconstruir el discurso en el que estas afinidades y diferencias se vuelven relevantes para los actores sociales. Así se relanza el debate sobre la cocina, llevado a cabo a través de una semiótica de la transformación del mundo natural (operaciones culinarias fundamentales, acción sobre las materias primas y los productos semiacabados, pero también organización de la mesa como colectivo) y el de la cocina mediante discusiones entre los medios sobre el significado de cocinar y comer, se apoyan mutuamente, perfilando su poder socializador.

Correspondió a Marrone, en 2022, extraer las consecuencias teóricas de tal trabajo analítico en el terreno. Esto es lo que pasa con la publicación de *Gustoso e saporito. Introduzione al discorso gastronomico*, publicada por Bompiani, en la serie Campo Aperto, dirigida por Stefano Bartezzaghi y heredera de la histórica serie Estudios Semióticos fundada por Umberto Eco. En este volumen se presenta una síntesis teórica del trabajo realizado en el campo, teniendo en cuenta las investigaciones realizadas a lo largo de diez años por el grupo de investigadores pertenecientes a la escuela de Palermo por su valor ejemplar dentro de una teoría de la cocina dentro de una Semiótica general.

3. Homenaje a Oscar Traversa

En este número, quisiéramos también rendir homenaje a Oscar Traversa, en cuya figura encontramos a un verdadero pionero tanto de la semiótica (fue fundador, en 1974, de la mítica *LENGUAjes, Revista de Lingüística y Semiología* junto a Oscar Steimberg y Eliseo Verón) como del estudio de la dimensión simbólica implicada en las prácticas

alimentarias y culinarias de Latinoamérica y sus discursos asociados. Al igual que en el caso de lo afirmado más arriba respecto de este tipo de estudios en Europa, en el ámbito latinoamericano son escasos los espacios dedicados al tema, aunque actualmente se están formando investigadores especializados en Brasil, México, Uruguay y otros países del grupo. En Argentina, Oscar Traversa se interesó por el tema durante la década de 1990 a partir del análisis, en su tesis doctoral *Cuerpos de papel*, de los discursos publicitarios creados para la venta de productos de uso “en el cuerpo humano” (cosméticos, indumentaria, alimentos). En su carácter de pensador múltiple (biólogo y graduado y doctorado en Artes, UBA – Universidad de Buenos Aires y EHESS, École des Hautes Études en Sciences Sociales), “OT” (como lo llamaban sus colegas) fue pionero también de los enfoques transdisciplinarios, y concebía a las culturas alimentarias como resultados de complejos procesos de semiosis en los que la construcción social del gusto y los aspectos económicos, demográficos y sociopolíticos tenían un importante rol.

Atento a lo que él denominaba -en clave de humor- “semióticas salvajes”, es decir, hermenéuticas que eliden el estudio de los representámenes y apuntan directamente a cargas semánticas arbitrariamente atribuidas pero presentadas en estos análisis como evidentes y universales, Traversa recomendaba proceder con cautela: el hecho de que toda experiencia perceptiva esté cargada de sentido o, si se quiere, “posea” un “significado”, no resulta en que todo lo percibido funcione como lo hacen regularmente las entidades semióticas nativas, y además tiene como contraparte el que no haya percepción que se produzca si no es a través de las redes de sentidos que conforman la subjetividad de cada ser humano, siempre moldeadas por su localización temporal-espacial y por el *habitus* de clase. Así, aseguraba que él no podía permitirse la ingenuidad de creer que el conjunto de operaciones culinarias de una población determinada constituyese el reflejo de su estructura social, ni afirmar acríticamente y sobre todo sin matices que “la cocina es un lenguaje”.

Tampoco dejaba de recalcar que, incluso siempre coincidiendo con el decir de Paolo Fabbri en *El giro semiótico* sobre el hecho de que los discursos atraviesan, tensan y modifican los objetos, era necesario no olvidar que las prácticas y los discursos que refieren a esas prácticas y a sus resultados, aun estando estrechamente relacionados y hasta imbricados, no son exactamente lo mismo ni poseen el mismo estatuto semiótico. Por esta razón eligió trabajar en etapas, dejar la interrogación sobre la producción de sentido implicada en las prácticas en sí mismas para algún lejano futuro, y centrarse primero en el estudio de los discursos que refieren a la alimentación y a la cocina.

En esta clave comenzó a impartir, a partir del año 2000, el seminario “Cocina, cultura y medios: los comensales de la cocina escrita” como parte de la Maestría en Análisis del Discurso en la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires, por el que pasaron en calidad de alumnos muchos de los más importantes investigadores y docentes en semiótica y comunicación de la actualidad argentina. En este marco surgió la idea germinal que desembocaría once años después en la publicación del nú-

mero 18 de la revista deSignis “Comer, beber, hablar”, cuya coordinación realizó junto a los semiólogos Gastón de Lazzari (UBA) y Gustavo Aprea (UNGS – Universidad Nacional General Sarmiento).

Varios de entre los trabajos finales correspondientes a distintas cohortes de alumnos del seminario fueron seleccionados para esta edición, junto a contribuciones de otros académicos como Gastón de Lazzari, Daniela Koldobsky, Eduardo Cartoccio, Claudio Centocchi, Sandra Sánchez y otros notables docentes de UBA (Universidad de Buenos Aires), UNA (Universidad Nacional de las Artes), UNC (Universidad Nacional de Córdoba), etc., junto a los reconocidos autores mexicanos Alicia Verónica Sánchez Martínez (Instituto Tecnológico de Monterrey) y Alfredo Tenoch Cid Jurado (UAM – Universidad Autónoma Metropolitana de Xochimilco), quizás los primeros semiólogos (o semiotistas) mexicanos en ocuparse de la cocina y la producción de sentido.

En la introducción a cargo de Traversa, de Lazzari y Aprea, los autores presentan una de las preguntas de salida del trabajo largamente realizado por el primero: “¿Pueden circunscribirse características específicas a los discursos concernientes a la alimentación?, ¿cuáles son sus modos de operar en relación con el agregado de las prácticas alimentarias?”. En el desarrollo al que da lugar este inicio se enuncia algo clave: “la referencia al tema de la alimentación se reconoce en textos de muy diversa índole –científicos, artísticos, políticos, publicitarios–, y se constituye, entonces, como un conjunto de reenvíos metonímicos entre las sensaciones interiores y el mundo exterior”.

Esto es fundamental porque, agregamos nosotros, es metonímicamente -y sólo a partir del desplazamiento metonímico, también simbólicamente- que olores, aromas, sabores, texturas y temperaturas (núcleo diferencial de la experiencia del comer) son capaces de construir sentido, más allá del resto de los aspectos que intervienen en la misma (los perceptos ligados a las cualidades del espacio y circunstancias totales de la experiencia, lo visual, etc.).

Lo insoslayable de este modo de funcionamiento semiótico, que fue señalado desde la fenomenología de Étienne Souriau ya a mediados del siglo XX, es coherente con la hipótesis presente en la introducción a “Comer, beber, hablar”: la que sugiere que las acciones efectivas generadoras de los fenómenos alimentarios, culinarios, gustativos, están en sí mismas tan atravesadas por los discursos que a ellas refieren como lo están sus fenómenos resultantes.

Este modo de entender la semiosis vinculada al comer y al cocinar es análogo al de la mayoría de los artículos del ya mencionado *La cucina del senso* (2012) coordinado por Gianfranco Marrone y Alice Giannitrapani, mostrando una clara coincidencia teórica entre los autores italianos y latinoamericanos, más allá de las diferencias metodológicas. La lectura de los artículos presentes en este nuevo número *Hors Séries* de deSignis nos acerca a la continuación y afirmación de esa línea indagatoria. No imaginamos un mejor homenaje al pionero Oscar Traversa.

Notas

1. Con Culler (1981, p. 4) observamos cómo el discurso turístico vive en la llamada “paradoja de la autenticidad”. De hecho, para que la experiencia turística se marque como auténtica, es necesario que se informe como tal mediante algún texto promocional. Semejante eventualidad -ésta es la paradoja- le hace, sin embargo, perder la autenticidad de lo verdaderamente inviolable. Sostengo (ver Mangiapane, 2023) que ponerse en juego perceptivamente, como lo hace el protagonista de una película dedicada al vino como *A Good Year* (2006, dir. Ridley Scott), al incorporar el esquema perceptivo del otro, puede presentarse ante al turista como oportunidad para redescubrir la autenticidad del viaje.
2. Vale la pena recordar que la hoja de oro no es el único ingrediente extraño de este risotto; el azafrán, de hecho, es un ingrediente exótico en la cocina italiana y su presencia no ha dejado de inspirar el folclore (ver Marrone, 2013a).
3. Marrone (2024) publicó una evaluación semiótica del punto de inflexión representado por el llamado “giro ontológico” en la Antropología y las Ciencias Humanas.
4. Corrado Barberis fue profesor emérito de Sociología, dedicó su vida al estudio de las transformaciones del campo italiano. Presidió el Instituto Nacional de Sociología Rural. Entre sus libros más conocidos: *Mangitalia. La storia d'Italia servita in tavola* (2010).
5. Jean-Jacques Boutaud es profesor en la Universidad de Borgoña, donde enseña “Imaginario del gusto y de los sentidos” y “Semiótica de lo sensible”. Dirige el Laboratorio de Imagen, Mediaciones y Sensible (LIMSIC). Es autor, como se ha dicho, del fundamental *Le sens gourmand. De la comensalitaté du goût des aliments* (2005).
6. Entre los más grandes historiadores vivos de la alimentación, fue profesor de Historia Medieval en la Universidad de Bolonia y de “Historia de la Alimentación”. En Bolonia también fundó el máster “Historia y cultura de la alimentación”. Es autor, entre otros, de *Storia dell'alimentazione* (editado con Jean-Louis Flandrin y publicado por Laterza); de *La cucina italiana. Storia di una cultura* (1999) escrita junto a Alberto Capatti.
7. Es profesor de Estética en la Universidad de Ciencias Gastronómicas de Pollenzo, de la que recientemente fue elegido rector. Es el autor de *La cucina è arte? Filosofia de la pasión culinaria* (2013), por *Epistenologia. Il vino e la creatività del tatto* (2016), *Il gusto non è un senso ma un compito. Epistenologia II* (2018), recientemente reunidos en un solo volumen (2021).
8. Carlo Petrini, gastrónomo y activista, es el fundador del movimiento internacional *Slowfood*.
9. El artículo de Mangiapane incluido en este número es una versión reducida del texto que analiza el significado de la *caponata*, publicado en el volumen

Referencias bibliográficas

- ARON, J.-P.** (1973). *Le mangeur du XIXe siècle*. Laffont.
- BARBERIS, C.** (2010). *Mangitalia. La storia d'Italia servita in tavola*. Donzelli.
- BARTHES, R.** (1960). Pour une psycho-sociologie de l'alimentation contemporaine. *Annales*, 16, 977-986. [Traducción italiana citada en A. Giannitrapani y G. Marrone. (Eds.). (2012), *La cucina del senso. Gusto, significazione, testualità* (pp. 31-46). Mimesis].
- BASTIDE, F.** (1987). Le traitement de la matiere. Opérations élémentaires. *Actes Sémiotiques*, 89, 7-27. [Traducción italiana citada en A. Giannitrapani y G. Marrone. (Eds.). (2012), *La cucina del senso. Gusto, significazione, testualità* (pp. 163-185). Mimesis].

- BOUTAUD, J.-J.** (2005). *Le sens gourmand. De la commensalitaté du goût des aliments*. Rocher.
- BOURDIEU, P.** (1979). *La Distinction. Critique sociale du jugement*. Minuit.
- BRILLAT-SAVARIN, A.** (1825). *Physiologie du goût*, ora. Flammarion, 1982.
- Costanzo, G. y Ventura Bordenca, I. (2024). *Pulito!, Branding, pubblicità e culture dell'igiene*. Franco Angeli.
- CULLER, J.** (1981). Semiotic of tourism. *The American Journal of Semiotics*, 1(1-2), 127-140. <http://web.mit.edu/allanmc/www/culler1.pdf>
- DETIEU, M. Y VERNANT, J.-P.** (1979). *La cuisine du sacrifice en pays grec*. Gallimard.
- DOUGLAS, M.** (1982). Food as a system of communication. In *the active voice*. Routledge & Kegan Paul. [Traducción italiana citada en A. Giannitrapani y G. Marrone. (Eds.). (2012), *La cucina del senso. Gusto, significazione, testualità* (pp. 59-93). Mimesis].
- FABBRI, P.** (1998). *La svolta semiótica*. Laterza.
- FIANDRIN, J.-L. Y MONTANARI, M.** (Eds.). (1996). *Storia dell'alimentazione*. Laterza.
- FLOCH, J.-M.** (1995). L'Eve et la cistre. L'emblème aromatique de la cuisine de Michel Bras. En *Identités visuelles* (pp. 79-106). Puf. [Traducción italiana citada en A. Giannitrapani y G. Marrone. (Eds.). (2012), *La cucina del senso. Gusto, significazione, testualità* (pp. 227-250). Mimesis].
- FONTANILLE, J.** (2004). *Figure del corpo. Per una semiótica dell'impronta*. Meltemi.
- GIANNITRAPANI, A.** (Ed.). (2021). *Foodscapes. Cibo in città*. Mimesis.
- GIANNITRAPANI, A. Y MARRONE G.** (Eds.). (2012). *La cucina del senso. Gusto, significazione, testualità*. Mimesis.
- GIANNITRAPANI, A. Y VENTURA BORDENCA, I.** (Eds.). (2019). *E/C*, 27.
- GIANNITRAPANI, A. Y PUCA, D.** (Eds.). (2020). *Forme della cucina siciliana. Esercizi di semiótica del gusto*. Meltemi.
- GREIMAS, A. J.** (1968). Conditions d'une sémiotique du monde naturel. *Langages*, 10, 3-35.
- (1995). *Maupassant. Esercizi di semiótica del testo*. Centro scientifico editore. (Trabajo original publicado en 1976)
- (1983). La soupe au pistou ou la construction d'un objet de valeur. *Du sens II* (pp. 157-169). Seuil. [Traducción italiana citada en A. Giannitrapani y G. Marrone. (Eds.). (2012), *La cucina del senso. Gusto, significazione, testualità* (pp. 197-210). Mimesis].
- (1984). Sémiotique figurative e sémiotique plastique. *Actes sémiotiques*, 60, 5-24.
- HENNION, A.** (2004). Pragmatics of taste. En M. Jacobs y N. Hanrahan (Eds.), *The Blackwell Companion to the Sociology of Culture* (pp. 131-144). Blackwell.
- (2019). La force des choses. Le gout comme engagement. En A. M. Lorusso y G. Marrone (Eds.), *Politiche del gusto. Mondi comuni, fra sensibilità estetiche e tendenze alimentari* (pp. 55-68). Edizioni Nuova Cultura.
- HJELMSLEV, L. T.** (1943). Omkring sprogteoriens grundlaeggelse. En *Festskrift udgivet af Københavns Universitet* (pp. 1-113). Munksgaard.
- JAKOBSON, R.** (1965). Szczupak po polsku. *Prace Polonistyczne*, XX, 132-141. [Traducción italiana citada en A. Giannitrapani y G. Marrone. (Eds.). (2012), *La cucina del senso. Gusto, significazione, testualità* (pp. 189-196). Mimesis].
- LANDOWSKI, E. Y FIORIN, J. L.** (Eds.). (1997). *O gosto da gente, o gosto das coisas. Abordagem semiótica*. Educ.
- LANDOWSKI, E.** (1997). Il gusto si discute. En E. Landowski y J. L. Fiorin (Eds.), *Gusti e disgusti. Socio-semiotica del quotidiano* (pp. 95-157). Testo & Immagine.
- (2004). *Passions sans nom*. Puf.
- (2013). *Pour une sémiotique du goût*. Centro de Pesquisas Socio-semióticas.
- LÉVI-STRAUSS, C.** (1962). *Le Totémisme aujourd'hui*. Presses Universitaires de France.
- (1968). Petit traité d'ethnologie culinaire. *Mythologiques, Tome III : L'origine des manières de table*, Paris: PUF, pp. 390-411. [Traducción italiana citada en A. Giannitrapani y G. Marrone. (Eds.). (2012), *La cucina del senso. Gusto, significazione, testualità* (pp. 31-46). Mimesis].
- LORUSSO, A. Y MARRONE, G.** (Eds.). (2019), *E/C*, 26.
- LOTMAN, J. Y USPENSKIJ, B.** (2001). *Tipologia della cultura*. Bompiani. (Trabajo original publicado en 1975)

- MANETTI, G., BERTETTI, P., PRATO, A.** (Eds.). (2006), *Semiofood. Comunicazione e cultura del cibo*. Centro Scientifico Editore.
- MANGANO, D.** (2014a). *Che cos'è il food design*. Carocci.
- (2014b). Laboratori gastronomici e senso della cucina. Strumenti, spazi, tecnologie. En G. Marone (Ed.), *Buono da pensare. Cultura e comunicazione del gusto* (pp. 66-100). Carocci.
- (2016). Food design chez Bras. *Semiotica*, 211, 341-353.
- (2019). Dieci tesi sul food design. En *Ikea e altre semiosfere*. Milano.
- (2020). Propaganda alimentare. En M. Montanari (Ed.), *Cucina politica. Il linguaggio del cibo fra pratiche sociali e rappresentazioni ideologiche* (pp. 223-241). Laterza, PP.
- MANGIAPANE, F.** (2020). Cinema e politiche del vino. En M. Montanari (Ed.), *Cucina politica. Il linguaggio del cibo fra pratiche sociali e rappresentazioni ideologiche* (pp. 242-256). Laterza.
- (2023). Vineyard's Aura. Touristic discourse in Ridley Scott's A Good Year. *Global Humanities*, 10. [10.53123/GH_10_4].
- MARRONE, G.** (2007). *Il discorso di marca. Modelli semiotici per il branding*, Laterza.
- (2011). *Addio alla natura*. Einaudi.
- (2013a). Destini della patria. Arti e tecniche del risotto dorato. En *Semiotica del gusto. Linguaggi della cucina, del cibo, della tavola* (pp. 83-100). Mimesis.
- (2013b). Livelli di senso: dal gustoso al saporito. *E/C*, 17.
- (2014). *Gastromania*. Bompiani.
- (2016). *Semiotica del gusto. Linguaggi della cucina, del cibo, della tavola*. Mimesis.
- (2022). *Gustoso e saporito: Introduzione al discorso gastronomico*. Bompiani.
- (2024). *Nel semiocene. Enciclopedia incompleta delle vite terrestri*. Luiss University Press.
- (Ed.). (2014). *Buono da pensare. Cultura e comunicazione del gusto*. Carocci.
- MONTANARI, M., CAPATTI, A.** (1999). *La cucina italiana. Storia di una cultura*. Laterza.
- MONTANARI, M.** (2004). *Il cibo come cultura*. Laterza
- (2020). *Cucina politica. Il linguaggio del cibo fra pratiche sociali e rappresentazioni ideologiche*. Laterza.
- PERULLO, N.** (2013). *La cucine è arte? Filosofia della passione culinaria*. Carocci.
- (2016). *Epistenologia. Il vino e la creatività del tatto*. Carocci.
- (2018). *Il gusto non è un senso ma un compito. Epistenologia II*. Carocci.
- (2021). *Epistenologia: Il vino come filosofia*. Mimesis.
- (2008). *In Defence of food*. Penguin.
- (2013). *Cooked*. Penguin.
- PUCA, D.** (2021). *Il valore delle differenze. Tipicità e terroir nella cultura alimentare*. Museo Pasqualino.
- RICCI P. Y CECCARELLI, S.** (2000). *Frammenti di un discorso culinario*. Guerini.
- RICÉUR, P.** (1983). *Temps et récit. Tome I : L'intrigue et le récit historique*. Le Seuil.
- (1984). *Temps et récit. Tome II : La configuration dans le récit de fiction*. Le Seuil.
- (1985). *Temps et récit. Tome III : Le temps raconté*. Le Seuil.
- RICÉUR, P. Y GREIMAS, A. J.** (2000). *Tra semiotica ed ermeneutica*. Meltemi.
- VENTURA BORDENCA, I.** (2020). *Essere a dieta. Regimi alimentari e stili di vita*. Meltemi.
- (2022). *Food packaging. Narrazioni semiotiche e branding alimentare*. Milano.