

COMAN SI SON GUPOS: UN ANÁLISIS DE LO COMESTIBLE EN LA WEB

GUSTAVO APREA

1. LOS LÍMITES DE LO COMESTIBLE Y LOS LÍMITES DEL ANÁLISIS

La propuesta del presente trabajo es analizar discursos que en nuestra sociedad expresan de alguna forma los límites de lo comestible. Los seres humanos como organismos biológicos tienen una característica distintiva y compartida por pocas especies animales que es la de ser omnívoros. Esta propiedad universal se manifiesta a través de dos vías contradictorias: una que impulsa la diversificación de las fuentes alimenticias y, al mismo tiempo, otra que obliga a mantener cierta prudencia en la incorporación de nuevos alimentos. Esta tensión, a la que Claude Fischler (1995) denomina *paradoja del omnívoro*, se manifiesta de modos muy diversos a través de la historia, los diferentes grupos sociales y culturas.

La incorporación o exclusión de alimentos dentro de las múltiples formas de dieta que ha desarrollado y continúa desarrollando la humanidad no se define exclusivamente por motivos biológicos. Ningún grupo social ingiere todo aquello que es comestible y que está a su alcance, que no le resulta tóxico o que puede ser consumido por otras especies u otros grupos sociales. Por lo tanto, puede considerarse que las aversiones y tabúes alimentarios surgen de procesos sociales y culturales complejos que van más allá de una lógica estructurada a partir de la satisfacción de necesidades básicas, basada únicamente en la relación costos-beneficios.

El proceso de recorte de lo comestible combina una función biológica con una función social. Es por ello que el análisis de dichos límites articula distintas dimensiones: una que va de lo biológico a lo cultural –de lo nutritivo a lo simbólico– y otra que va de lo individual a lo colectivo –de lo psicológico a lo social. En ese sentido puede considerarse a la alimentación como un modo de diferenciación social (Goody 1995; Traversa 2001) y construcción de formas de identidades tanto individuales como sociales.

Una entrada pertinente para estudiar la compleja construcción de estos tabúes y aversiones alimentarios es el examen de formas discursivas que se organizan a partir de la subjetividad absoluta –las sensaciones a partir de la cual se generan la *apetitosidad* o el *disgusto*– para articularse discursivamente creando vínculos estrechos y diferenciados de un colectivo social.

Adoptando esta perspectiva analítica resulta primordial puntualizar dos dimensiones necesarias para dar cuenta de las particularidades de este tipo de fenómenos sociales: la especificidad discursiva –un análisis en relación con las características del tipo de discurso y el soporte material sobre el que se encuentran emplazados– y una especificidad temática que permita caracterizar a los procesos de semantización involucrados en el campo de prácticas alimentarias.

1.1. *El correo electrónico como objeto de análisis*

Analizaré un grupo de correos electrónicos que se ocupan de alertar a sus lectores sobre la forma en que ciertas cadenas de comidas rápidas –Mac Donalds y KFC¹– obtienen las materias primas con las que elaboran a la vista del público. En ellos se define a las fuentes de producción de carne <<que pretende pasar por vacuna o de pollo>> como productos de manipulación genética, generados a partir de algo que se duda en calificar como seres vivientes. La argumentación contra el consumo de los alimentos se basa en la condición “no natural” de los seres que dan origen a esa carne. Expresada como los resultados de investigaciones de universidades norteamericanas se describe a las fuentes productoras como unos seres monstruosos que resultan <<muy desagradables para quienes los han visto>>; así la carne para Mac Donalds se presenta como obtenida de <<verdaderas cosas inanimadas con una horripilante apariencia gelatinosa>> que describe:

<<auténticos bultos sin patas y sin cuernos, que son alimentados por medio de tubos conectados a sus estómagos y que de hecho no tienen huesos, sino un poco de cartílagos que nunca llegan a desarrollarse>> y que <<además de permanecer inmóviles toda su ‘vida’, no tienen ojos, ni cola y prácticamente no tienen pelo; de hecho, su cabeza es del tamaño de una pelota de tenis y lo único que sobresale es lo que les queda de ‘boca’>>.

Mientras que los “pollos” de KFC son definidos como <<organismos genéticamente manipulados>> que:

<<se mantienen vivos a través de tubos insertados dentro de sus cuerpos para bombar sangre y nutrientes a través de su estructura. No tienen picos, plumas ni patas. Su estructura ósea ha sido dramáticamente reducida para obtener más carne de ellos>>.

La descripción de estas “cosas inanimadas” capaces de producir <<un fenómeno similar al SIDA, ya que se incuba y permanece escondido durante muchos años, hasta que poco a poco va mostrando sus efectos perniciosos>> convocan una emoción el *asco* –expresada literalmente en uno de los mails² y las descripciones que se asocian a la sensación del *horror*.

1.2. Recorte del objeto de estudio

Aun dentro de un objeto que aparece socialmente ocupando un lugar marginal se pueden definir múltiples dimensiones y posibilidades dentro del campo de la producción significante. Dentro de este marco se puede plantear al *asco* como un sentimiento que –según lo describe Miller (1998:30)– expresa aversión “acerca de algo y que se produce como respuesta a algo”. En este sentido, el *asco* trasciende la funcionalidad de la comida y se combina con otra serie de emociones, sensaciones corporales y pasiones. En el caso particular referido en estos textos se asocia con el miedo. De la combinación de estas dos emociones puede plantearse que lo que se está construyendo en estos textos es la sensación del *horror*: “el asco que infunde el miedo”, en términos de Miller.

En este plano, el *asco* sostiene la mirada que describe a los seres monstruosos de los correos electrónicos de denuncia: una sensación ambivalente que genera repulsión física frente a lo que ve pero que no puede apartar la atención del objeto que es rechazado.

Así como alrededor de la *apetitosidad* se define, construye y refuerza la esfera de lo comestible para un grupo social en un momento dado, el *asco* acota los límites de lo comible. Sin embargo, la sensación del *asco* trasciende la mera determinación de lo que no se puede comer. No es solamente un sistema de rechazo a determinados alimentos sobre la base de su olor o sabor. Siguiendo los planteos de Kolnai (1997) se puede describir al *asco* como una reacción más somática que física, a través del cual se capta la atención sobre objetos que poseen determinadas cualidades materiales y se genera aversión hacia ellos. Esta reacción ambivalente se conecta con otra serie de sensaciones y trasciende el ámbito del discurso alimentario para involucrarse dentro de lo que Kolnai delimita como formas del *disgusto* –*degoût*, en el original.

Los límites de lo comestible y la sensación de *asco* están presentes en todas las culturas humanas pero tanto las formas de acotarlo como las de dar cuenta del *asco* como una sensación adquirida varían constantemente. Dicho en otros términos, se busca partir de la expresión de formas de subjetividad absoluta a través de algunas de sus formas de figuración para llegar a ciertos elementos que conformen la identificación

de un colectivo. A través de sensaciones, estos textos tematizan de un modo extremo –a través del *asco* y el *horror*– el concepto de “comida chatarra”.

2. ESPECIFICIDAD DISCURSIVA

Dentro de la gran variedad de tipos discursivos en que se emplaza el discurso alimentario, los *e-mails* de denuncia contra las cadenas de *fast food* poseen una serie de rasgos que los condicionan, tanto en su generación como en su circulación, y les otorgan cualidades básicas que operan sobre su dimensión significante.

Con respecto al emplazamiento físico es necesario considerar algunas de las características ligadas del dispositivo relacionado con el correo electrónico. Se trata de un tipo de comunicación que se encuentra dentro de formas de intersubjetividad semi-restringida, emplazada en el ámbito de las prácticas privadas como el correo –intercambio escrito entre dos puntos. En este tipo de intersubjetividad se favorece la adopción de determinados roles y la posibilidad de formas de presentación fragmentarias que incluye la simulación.

Gracias a la posibilidad de reenvío de los correos electrónicos pueden multiplicarse indefinidamente hasta perderse los rastros de la primera instancia emisora. Se puede conformar una cadena de emisores y receptores en la cual se pierde la instancia individual que se presenta como fuente del enunciado. Al mismo tiempo que se diluye la instancia productora, el mensaje posibilita lecturas y recepciones imposibles de determinar desde un principio. Inclusive, dadas las características técnicas del correo electrónico, el mismo mensaje puede ser modificado en sus características materiales y presentar diversas versiones.

Esta forma de manifestación particular de la escritura confiere características que condicionan y potencian ciertos efectos de significación de los textos específicos generados a través de ella. Una de ellas es el esquematismo de este tipo de mensajes: una argumentación sobre pocas premisas con conclusiones que se expresan con fuerza, la potencia de ciertos ejemplos paradigmáticos o el énfasis puesto en los comentarios, contrapuesto a la presencia de descripciones sintéticas. Por otra parte, este tipo de escritura “esquemática” refuerza ciertas características de la escritura en general y potencia las formas de descripción basadas preferentemente –en el caso que se analiza únicamente– en el sentido visual. De este modo se construye una mirada distanciada que bloquea a los demás sentidos que pueden asociarse a la generación de las sensaciones de *asco* y *horror*. A través de este esquematismo se delimita lo decible y mostrable por el texto.

Comparten este tipo de escena enunciativa otros envíos generalmente ligados a formas de denuncia o alerta como, por ejemplo, sobre algún virus informático o algún caso patético que necesita ayuda. El enunciado se hace transparente y colectivo a la vez. Los enunciados se vuelven verosímiles en función de la propia circulación del texto y sobre ciertos núcleos cristalizados de sentido común.

Los rasgos descriptos conectan a este tipo de mensaje con formas discursivas como el *rumor*. El *rumor* es un género discursivo emplazado básicamente sobre formas de la lengua que ha sido definido desde distintas perspectivas. Este tipo de mensaje de correo electrónico comparte la indefinición de la fuente, la posibilidad de modificarse durante su circulación y la capacidad de legitimarse a través de la repetición.

Sin embargo pueden plantearse algunas diferencias entre esta forma de comunicación cara a cara y formas mediatizadas a través de dispositivos tecnológicos. Como plantea el propio Danny Saunders, debe establecerse una distinción entre el rumor y las manifestaciones mediáticas sobre el rumor. Al hacerse pública la información sobre un rumor como hecho en un medio de comunicación se lo legitima, eliminando el carácter de transitoriedad típico del intercambio cara a cara y se lo “oficializa”. De este modo se tiende a confundir la información sobre la existencia del *rumor* con los hechos referidos por el propio *rumor*.

Si bien no puede homologarse esta forma de intercambio simbólico con el hecho de hacer público a través de un medio algo que hasta el momento se movió dentro del ámbito privado, la circulación a través de una instancia escrita acota –en realidad construye el efecto que se está acotando– la transitoriedad que caracteriza al rumor como género emplazado dentro de las formas de comunicación no mediatizada. Fijar por escrito –aunque sea parcialmente– una versión de los hechos referidos permite, por ejemplo, crear un espacio para las descripciones que se convierten en uno de los mecanismos fundamentales para hacer creíbles los planteos de las denuncias.

Las características de este tipo de texto de denuncia presentada a través del correo electrónico permiten la construcción de acontecimientos, situaciones y personajes que trabajan con modos de verosimilización que se diferencian de las que legitiman a las distintas formas del discurso informativo. En estos casos, la credibilidad se fundamenta básicamente en un tipo de recurrencia discursiva diferente del de la prensa o el discurso científico. Las formas de figuración que posibilitan la construcción de figuras textuales como los “monstruos informes” se conectan con una gama amplia de formas discursivas: se construyen como la hiperbolización de ciertos rasgos presentes en los discursos de divulgación científica, retoman las descripciones de géneros ficcionales fantásticos o trabajan sobre motivos cristalizados tanto para las leyendas urbanas como por la llamada prensa sensacionalista. Estas características permiten la construcción de enunciados con capacidad para generar un lugar para lo no decible, para expresar emociones como el *horror* y el *asco* más allá de otras formas discursivas con mayor legitimidad social.

3. ALGUNAS INTERDISCURSIVIDADES

Para comprender los procesos de significación sobre los que se asientan estos mensajes electrónicos de denuncia resulta fundamental considerar algunas de las relacio-

nes interdiscursivas que permiten dar cuenta de sus condicionamientos, tanto en la generación como en las lecturas que la sociedad hace de los mismos.

Dentro de varias series discursivas se pueden detectar ciertas marcas que permiten dar cuenta de la figuración del *asco* en relación con la “comida chatarra” como forma de expresión de la desconfianza sobre la comida que se ingiere fuera de los propios hogares.

En el campo de lo que se denomina *leyendas urbanas* existe una serie textos que hacen referencia a aberraciones alimentarias y falsificaciones de alimentos. Por ejemplo, en nuestro país circulan recurrentemente y reaparecen cíclicamente historias sobre restaurantes chinos que estafan a sus clientes con ratas que reemplazan a pollos. Como se ha desarrollado en el apartado anterior, algunos de los dispositivos que se generan en la red teleinformática parecen potenciar este tipo de discurso. Justamente por esto, Internet aparece como un soporte ideal para este tipo de discursividad y en ella existen varios *sites* dedicados a rescatar estas historias. Dentro de los sitios de la red dedicados a las *leyendas urbanas* existen apartados especiales que recuperan leyendas relacionadas con estafas relacionadas con la alimentación o que presentan casos espantosos: los locales de *fast food* también se presentan como un rubro que recopila episodios en los que los alimentos que se sirven tienen orígenes aberrantes. Pese a recuperar algunos de los hechos mencionados por los *e-mails* de denuncia, en las páginas *web* consultadas dejan un espacio menor o nulo para la descripción de los “monstruos informes”.

Con respecto al lugar central que ocupa la instancia descriptiva dentro de este tipo de textos, no puede dejarse de lado la comparación de estas “cosas inanimadas” con las descripciones cristalizadas de ciertos monstruos dentro de la literatura fantástica y de terror.

Las características centrales referidas en los *e-mails* se conectan con descripciones de textos que van desde Phillip Lovecraft a Stephen King. Los monstruos descriptos patentizan sensaciones que dan cuenta del rechazo físico involucrado en el *asco* y el *horror*: Los monstruos descriptos patentizan sensaciones que dan cuenta del rechazo físico involucrado en el asco y el horror: ante el disgusto; ante seres u objetos que parecen estar en una instancia entre la vida y la muerte; ante seres que parecen estar constituidos únicamente por materias grasosas; o la repugnancia ante la deformidad física y una exuberancia que impiden definir con claridad las formas y los límites de esos seres monstruosos (Kolnai 1887; Miller 1998). Algunas de estas descripciones literarias parecen construir menos una visión esquemática como la de los *mails*, aunque comparten algunas de sus rasgos: predominio de lo visual sobre otros sentidos, establecimiento de una distancia que permite la descripción de conjunto y el énfasis de algunos detalles, énfasis puesto en el carácter deforme de lo descripto y comparación –en presencia o ausencia– de los entes descriptos con seres del mundo cotidiano.

Por otra parte existe otra forma de rechazo hacia las tecnologías de “producción industrial” en serie de alimentos. El cine y la televisión han tenido varias oportunidades para trabajar sobre la ambivalencia del asco y la fascinación ante un objeto que provoca rechazo. Varios han sido los documentales cinematográficos y televisivos que han exhibido formas de producción de alimentos y los han relacionado con prácticas alimenticias aberrantes producidas en otras culturas. De este modo se definen, dentro de lo aberrante, ciertas prácticas de producción de carnes para el consumo masivo y se puede expresar la aversión que la idea de este tipo de productos genera.

Estos son algunos de los discursos a través de los que se pueden observar ciertos condicionamientos de generación para la *forma del contenido* en que aparece expresada la figuración de la forma de *asco* que se expresa a partir de cierto tipo de alimentos de difusión masiva.

4. ESPECIFICIDAD TEMÁTICA EN TORNO AL DISCURSO ALIMENTARIO

La figuración que se construye para estas formas particulares del *horror* y del *asco* como reacción ante ciertos alimentos remite a una situación compleja y tensionada. En estos casos no puede pensarse exclusivamente en la expresión de una identificación un colectivo a partir del rechazo a los que no tienen prácticas alimentarias similares. No se trata de marcar la diferencia con aquellos que no comen o quiebran las reglas alimentarias del propio grupo. No se presenta –como en el caso de varios artículos periodísticos o los movimientos de protestas llevados a cabo en Francia contra los locales de Mac Donalds en junio y julio del año 2000, que critican a la “comida chatarra”– como una forma de rechazo explícito a pautas alimentarias diferentes a las del grupo

Esta clase de textos puede funcionar como resolución discursiva de cierta conflictividad social implicada en el rechazo de tipos de alimentación aceptadas socialmente y avaladas por formas de discursividad ligadas a distintas prácticas sociales. Sin embargo, esta no es la única forma de expresar la conflictividad involucrada en un cambio de las formas de alimentación. Desde el interior del propio grupo que adopta el nuevo tipo de prácticas alimentarias aparece la tensión entre la *neofobia* y la *neophilia* implicadas en todo proceso que implique una renovación dentro de las posibilidades de elección que se presentan a los miembros de un grupo social. No se habla del *horror* que produce lo que comen otros, sino que se ubica ese *asco* que se oculta detrás de aquello que “comemos todos”.

Ciertos condicionamientos del “comensal moderno” aparecen en esta forma de rechazo (Fischler 1995:76 y ss.). El “comensal moderno” debe administrar la abundancia y no la escasez. Frente a otras formas culturales, “la cuestión es cada vez más saber qué comer y en qué proporción”. Las mismas tecnologías que amplían la posibilidad de elección generan el problema del exceso: cuánto es lo que se debe comer ya que parece que se produce y se consume siempre de más. Al mismo tiempo desatan

un nuevo peligro, el de los “venenos”, una toxicidad sin control parece ser un subproducto de las nuevas formas de producción en serie. Sobre este último tipo de temor trabajan los *e-mails* de denuncia.

En el caso de los locales de comida rápida, la innovación se centra más que en la incorporación de nuevos productos a la dieta, en una nueva estructura en los sistemas alimentarios. Los elementos utilizados por los locales de *fast food* son bastante comunes para buena parte de la cultura occidental. Lo novedoso son las formas en las que se desarrolla la práctica alimenticia en comparación con otro tipo de locales públicos: la cocina está a la vista, existe un procedimiento estandarizado para producir mucha cantidad de pocos productos, estos pocos productos se sirven juntos –rompiendo con las divisiones tradicionales entre platos– y tienen formas especiales de presentación –la hamburguesa, el pollo procesado, las salsas, etc.– que se diferencian a algunas maneras tradicionales de presentar las carnes.

La diferenciación no está dada en torno al sabor –por exceso o por falta– sino a través de descripciones visuales que establecen distancia con los objetos rechazados. Lo que las cadenas de *fast food* no muestran, lo que no se dice, aparece en las denuncias como una exageración de ciertas cualidades materiales perceptibles en los objetos rechazados: falta de formas reconocibles, excesiva homogeneización de los productos ofrecidos, estandarización con fuerte exhibición de dispositivos tecnológicos en la preparación de los alimentos. Las descripciones horrorosas de los correos electrónicos aparecen como la hipostación de estas características.

La media distancia desde la que se encaran estas descripciones visuales –fuera del alcance del olfato pero lo suficientemente cerca para enfocar objetos– regula el deseo lo suficiente como compensar el rechazo del *asco*. El miedo que forma parte del *horror* es el temor a la contaminación, a la transmisión por parte del objeto rechazado de ciertas cualidades materiales que se le atribuyen. Alimentarse de “monstruos informes” sólo puede producir enfermedades extrañas y peligrosas.

Las descripciones de las denuncias combinan el rechazo a ciertos excesos –la producción en serie de hamburguesas se basa la producción industrial de seres vivientes– y el miedo a los “venenos”: si en este nuevo tipo de locales todo está limpio, todo está a la vista, la desconfianza y el rechazo sólo puede expresarse hablando de lo que no se ve. La misma tecnología que estandariza y homogeneiza la producción de sándwichs debe ser la que genera los seres monstruosos.

A través de un dispositivo como el del correo electrónico, que ocupa un lugar de borde entre lo privado y lo público y sustentado sobre la ambivalencia relacionada con la sensación de *asco*, se manifiesta el conflicto que genera la aparición de nuevas prácticas culinarias. Frente a una cocina que parece exhibir y transparentar todos sus procedimientos como forma de garantizar una homogeneidad constante, la diferencia y la incomodidad generada dentro de los propios consumidores sólo se puede expresar a través de una enunciación que juega con las sensaciones ambiguas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CARLÓN, M. (1999) "Construcciones del sujeto en medios gráficos a partir de transmisiones televisivas", Ponencia para las 4tas. Jornadas de Investigadores del Área Cultura del Instituto Gino Germani; Buenos Aires.

DE LAZZARI, G. (1998) "La construcción audiovisual de *lo apetitoso* en programas culinarios televisivos." Tesina de grado para la Carrera de Ciencias de la Comunicación FCS-UBA (mimeo).

FISCHLER, C. (1995) *El (h)omnívoro. El gusto, la cocina y el cuerpo*. Barcelona: Anagrama.

GOODY, J. (1995) *Cocina, cusine y clase: estudio de sociología comparada*. Barcelona: Gedisa.

KOLNAI, A. (1997) *Le degout*. Paris: Seuil.

MILLER, W. I. (1998) *Anatomía del asco*. Barcelona: Taurus.

O' SULLIVAN, T.; HARTLEY, J.; SAUNDERS, D.; MONTGOMERY, M.; FISKE, J. (1995) *Conceptos clave en comunicación y estudios culturales*. Buenos Aires: Amorrortu.

TRAVERSA, O. (1997) "El asado escrito. El decir y lo dicho en torno a una práctica culinaria", en el presente volumen.

_____ (1997) *Cuerpos de papel*. Barcelona: Gedisa.

NOTAS:

¹ Para el análisis se trabaja sobre una versión de dichos envíos electrónicos que circuló en la ciudad de Buenos Aires durante los meses de marzo y mayo de 2000. En algunos casos, el *e-mail* sobre Mac Donalds y el referido a KFC circularon por separado, en otros fueron reunidos en un mismo mensaje. Las citas textuales son extraídas de dicha versión, más específicamente de un envío fechado el 24 de marzo de 2000 que reúne ambas denuncias. Dichas citas aparecen entre comillas grandes(<>/>), para diferenciarse de las citas que se refieren a textos de diversos autores que trabajan teóricamente sobre el problema de la alimentación o la discursividad. Estas referencias bibliográficas se encuentran entre comillas normales ("/").

² <<QUE ASCO ME DIO, CON RAZON CUANDO COMEMOS ESTO NOS ENFERMAMOS!!!>> es uno de los títulos del *e-mail* de denuncia contra KFC .