

PRESENTACIÓN

OSCAR TRAVERSA, GUSTAVO APREA Y GASTÓN DE LAZZARI

“Comer, beber, hablar” es el nombre del conjunto de trabajos que presentamos que se proponen describir algunos de los modos en que se establecen las relaciones entre esos tres términos en nuestra sociedad. Su título tiene la intención de realizar un modesto homenaje a quienes se ocuparon de la cocina y del comer como Lévi-Strauss y Goody. Muchos de los artículos son el resultado de un trabajo colectivo en el seminario de la Maestría de Análisis del Discurso de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires. Otros provienen de las tradiciones culinarias de América Latina.

¿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? Si bien lo que podríamos llamar *evidencias fuertes*, con respecto a las relaciones entre lo que se predica y los desempeños en cuanto a la alimentación, son abundantes, sobre todo las de carácter histórico y etnográfico, dado el carácter singular del universo de lo alimentario, la cuestión se torna singularmente intrincada cuando se trata de designar sistemas de alimentación *tradicional y moderno*.

Las prácticas alimentarias constituyen, en cualquiera de esos tres dominios, una *tematización* permanente. Comer, hoy, en el espacio de las sociedades industriales, no se sitúa en un lugar idéntico al de quienes, por caso, lo hacían o lo hacen, a través del ejercicio colectivo de la caza o la recolección. Varían, por un lado, las *cosas* que encarnan esas prácticas; también los modos de jerarquizarlas y las correspondientes

asignaciones de sentido con que se integran y articulan. Pero nos equivocaríamos si pensáramos que el tránsito de las modalidades *tradicionales* a las llamadas *modernas* se establece a partir de saltos abruptos, ambas variantes pueden ser coexistentes, constituyendo esos *mixtos de prácticas*, ambos términos se encuentran en tensión en nuestras más corrientes prácticas cotidianas.

Tal tensión entre modos opuestos de desempeño alimentario puede tener múltiples campos de manifestación: tanto en la selección de productos como en los modos preparativos rituales o, incluso, en las modalidades de provisión. Estas particiones pueden, en el extremo de la simplicidad, manifestarse por: “compro las pechugas congeladas en el supermercado y los alcauciles (alcachofas) en la feria”. Es ejecutable, en tanto acción, una proposición de esa índole, por adjudicaciones heterogéneas en las que se diferencia el componente “frescura” (susceptible de ser atribuido a un congelado) y la correspondiente a los ritmos estacionales de producción vegetal, más ostensibles en un mercado semanal al aire libre que en un ámbito *sin tiempo*, como en los supermercados.

Esta tensión se manifiesta también cuando una especie discursiva asume la promoción militante de los “productos de la tierra” o “produit du terroir”, según el país de que se trate. Asociados esos productos a una imaginería particular en cuanto presentaciones; dotados, por otra parte, del soporte de actos legislativos de protección y no exentos de fricciones políticas, en una oposición local o regional

Suerte de contramarcha a un proceso que, en esos mismos espacios, se venía cumpliendo desde mediados del siglo XIX y aun antes. La producción industrial de vocación expansiva, a partir de ese momento, introduce las *marcas de producto*, modalidad de apropiación en forma permanente de un sector del mercado por parte de una empresa comercial que aplica un recurso tecnológico o un diseño innovador (el envasado en pequeñas porciones, por ejemplo). Esta transformación de la relación no es para nada ajena a un fenómeno discursivo: dar una forma constante, un nombre y la adjudicación de alguna propiedad, comportan la introducción de un lugar clasificatorio, antes no existente que moviliza a la lengua y al repertorio de figuras de un momento dado. Así ciertos cilindros de metal serán una *lata* y ciertas tipografías o formas de organización gráfica darán un carácter definido a esos nuevos lugares.

2. NUEVOS MODOS DE PRODUCCIÓN, NUEVOS DISCURSOS

Es la publicidad la que se hace cargo, de manera protagónica, de la relación entre un nombre (marca) y ciertas propiedades (atributos de producto). Proceso que, por otra parte, se encuentra íntimamente conectado con la *mediatización*, que constituye el soporte básico de ese nuevo tipo discursivo.

Es necesario señalar, sin embargo, que la alimentación es de incorporación tardía a este proceso. Por mucho tiempo subsisten formas ligadas a viejas usanzas. Así la fe-

ria, heredera del mercado semanal del mundo antiguo, es un espacio de productos *sin marca*, al menos en los frescos vegetales y animales, no poco frecuente en ciudades propias de países de gran desarrollo industrial. Allí la percepción de las cualidades del producto es directa y al alcance de nuestros analizadores (tacto, olfato, a veces prueba gustativa) –modalidad parcialmente adoptada por los supermercados de nuestros días, que han eliminado, sin embargo, una dimensión discursiva: la palabra del “puestero”.

Fue Bajtín quién se ocupó de destacar su diversidad, señalando su oposición con la publicidad moderna. Cada mercancía poseía un vocabulario propio, una melodía, una entonación de la voz del mercader. La pérdida de la voz, según lo señala Bajtín, es el pasaje discursivo a lo escrito, y en los discursos destinados a la mesa, los desterritorializa. La boca, lugar de emisión de la voz, coincide con el lugar de la ingesta, el pasaje al papel, a las superficies de los envases, rompe la yuxtaposición de lugares y la consiguiente asociación de experiencias. De una relación de contigüidad, se pasa a otra fundada, a veces en la semejanza (si se trata de ilustraciones) o a complejos de reglas escriturales. Una migración sígnica se pone de manifiesto en el vínculo con los alimentos: de lo indicial, animado por la contigüidad, a lo icónico y simbólico.

El pasaje del mundo tradicional al urbano industrial altera entonces la relación con los alimentos, las marcas comerciales son indicadoras de una distancia y de una constricción de las relaciones con los alimentos insalvable (la marca comporta envoltorio, fragmentación, procesos de conservación), traslado, en suma, a otro mundo de representaciones. Su paradójal resultado tiende a una *deflación discursiva* por homogenización de los materiales; la reducción de lo decible se origina en sus condiciones de existencia. El punto inicial no se sitúa en la compra y selección, sino en un momento posterior, el de aprestamiento o eventual elaboración. Desplazamiento que se sitúa en el límite de la lejanía, en el caso del *delivery*, donde se excluye el semicontacto del restaurante o el más cercano de la compra directa de productos terminados.

Esos silencios o restricciones, sin embargo, no han acallado el discurso público acerca de la alimentación, por el contrario, podríamos decir que no ha existido momento más prolífico que el presente, en cuanto a tematización de lo alimentario. Son bien conocidas las expansiones mediáticas, televisivas y de prensa cotidiana, suplementos y libros, y en el plano artístico, el testimonio del cine y la pintura. ¿Qué entrejuego se incluye en estas modalidades discursivas?, ¿se corresponden con alguna particularidad de la alimentación de nuestros días? Las propiedades de los dispositivos puestos en juego, tal como ocurre en televisión, producen repliegues y reemergencias de componentes comunicacionales de interpelación como, por ejemplo, para las recetas de cocina y las emisiones de bricolaje.

¿Es posible entonces construir la hipótesis del rol supletorio de lo discursivo en relación con la actividad culinaria efectiva? Del universo de lo necesario se está cursando hacia el mundo de lo lúdico, que se suma a otros tipos de goce, asociados más

con el gesto estético que con la obligación irrenunciable de las urgencias cotidianas. Se está tensando la cuerda, quizá, de un juego de opuestos que años atrás desplegaba Mary Douglas, acerca del tiempo empleado, sobre todo femenino, en las tareas domésticas, donde su disminución aportaría a sus posibilidades de participación en otros universos de actividad.

Alimentarse: un doble proceso

Lo que una cultura dice sobre la alimentación le permite establecer los límites entre lo comestible y lo no comestible, delimita el campo de las formas de representabilidad de los alimentos y del acto de comer, asegura el aprendizaje social sobre las pautas propias y ajenas constituyendo, por ese camino, diferentes colectivos de identificación. Por lo tanto, referirse a la alimentación deviene en una práctica universal tan necesaria e inevitablemente articulada con el acto mismo de comer.

Este acto pone en juego la sensibilidad corporal individual, es decir, involucra entonces a lo que se denomina subjetividad en forma plena, tales experiencias por su carácter son intransferibles. Es allí el punto donde se manifiesta una contradicción: por un lado, tenemos un vacío producto de la imposibilidad de transferir plenamente las experiencias sensoriales involucradas; por el otro, se hace necesario para la sociedad producir un orden en ese universo que permita la acción colectiva. Ese vacío, imposible de llenar, es históricamente ocupado por una multiplicidad de discursos reguladores. Alimentarse en sociedad es mucho más que el acto estrictamente biológico de ingerir comestibles; es, además, producir y consumir discursos que clasifican, que prescriben, que ordenan, que construyen una cierta identidad que habilita, por medio de una reducción de la diversidad, al desempeño colectivo. Se puede afirmar, entonces, que la dimensión discursiva es parte constitutiva de las prácticas alimentarias.

Si a lo largo del tiempo los modos de articular la palabra han sido diversos, el nuestro lo ha hecho con los recursos que le son propios: la difusión de canales temáticos en la televisión, la aparición de segmentos de cocina o ligados a la salud en distintos géneros televisivos, la proliferación de sitios temáticos en Internet, la multiplicación de espacios y suplementos en la prensa escrita, la consolidación, incluso, de maneras institucionales para la difusión de saberes conectados con las prácticas culinarias (carreras terciarias y universitarias ligadas a la alimentación), la explosión de las colecciones de libros dedicados a esos temas, y muchos otros fenómenos que de una manera u otra se conforman alrededor del comer, a tal punto que se suele hablar de una “moda mediática”.

Límites y no límites de un tema

A pesar de sus fronteras difusas, producto de su omnipresencia en toda forma de comunicación humana, el discurso alimentario reconoce su especificidad en una

invariante referencial. Desde ámbitos tan diversos como la industria que produce alimentos, el comercio que los distribuye, así como el arte y la ciencia que los toma como objetos de representación o estudio, se considera al universo de la alimentación como un tema claramente diferenciado de otros. No existe un acuerdo general sobre las fronteras del discurso alimentario ya que sus límites no son propuestos y definidos desde una institución, como ocurre en el caso de la ciencia y el discurso científico, el del arte y el discurso artístico o el de la política y el discurso político. 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. Es así que se coloca en un espacio fronterizo que no tiene un centro reconocible desde el que se establecen parámetros explícitos –ya sea en la forma o en el contenido– acerca de qué es hablar sobre alimentación y qué no lo es; qué puede o no ser dicho sobre este tema o cómo puede ser expresado. Dada su *ubicuidad*, la alimentación ha sido objeto de múltiples abordajes desde diferentes disciplinas. Es así que podemos encontrar trabajos que fijan su mirada en los valores nutricionales de los alimentos, en las prácticas sociales de producción, distribución y consumo, en la relación entre la alimentación y los valores culturales y simbólicos que se le asocian o sobre las contingencias históricas que produjeron cambios en las costumbres y pautas alimentarias. Prácticamente todas las ciencias sociales y naturales abordan problemas ligados a la alimentación.

Cada una de estas disciplinas establece su propio campo de pertinencia y especificidad en relación con el fenómeno alimentario. En el caso de los análisis discursivos esta especificidad no va más allá del reconocimiento de la alimentación como tema reconocido socialmente en su forma prescriptiva, como objeto de representación o en relación con la ejecución de determinadas prácticas que se le asocian. No es objetivo de los trabajos reunidos en esta publicación de *deSignis* definir o fijar los límites de ese conjunto multifacético que se reconoce como discurso alimentario. Tampoco se busca recolectar todas las menciones existentes con relación al universo alimentario ya que esta resulta una tarea imposible. Todos los artículos aquí presentados procuran asumir los riesgos de la toma de distancia con sus objetos de análisis, conectándolos con otros textos y construyendo series textuales que permiten establecer su pertenencia al campo de los discursos que tematizan la alimentación, dejando de lado un análisis inmanente para establecer relaciones con series discursivas más amplias.

Pese a sus variaciones, el conjunto de trabajos se enmarca dentro de las disciplinas que se ocupan de los procesos de producción de sentido: unos se centrarán en los componentes *escriturales* presentes en los textos, otros parten de la *multiplicidad de materias significantes* que los constituyen, aplicando herramientas propias del campo de la lingüística y una metodología de raíz semiótica que busca comprender la especificidad de los lenguajes que conforman al objeto analizado. La lectura del conjunto permitirá distinguir tres grandes variantes estratégicas: 1. la que privilegia focalizarse

en perspectivas de otras disciplinas externas a los exámenes discursivos, las que han tematizado cuestiones relacionadas con *el multiculturalismo* o el fenómeno genéricamente denominado *globalización*; 2. la que apunta a la localización de *invariantes* presentes en distintos registros discursivos, correspondientes a modos de retorización o funcionamientos de la deixis en el lenguaje verbal; 3. la que presta atención a las relaciones con campos discursivos estables: la inscripción dentro de un *género*, la pertenencia a un estilo reconocido, la apelación a un lenguaje o la adopción de un dispositivo técnico. Pensamos que lo que hemos señalado es suficiente para orientar una lectura que pensamos no tiene razones como para suponerse de *entrada única* o en sucesión, las cualidades del tópico inducen a pensar en la posibilidad de una diversidad de menús.