

## ¿Cocinar lo inmaterial?

Yves Michaud

La mayor parte de nuestros modos de nombrar y describir las operaciones mentales recurre a modelos de operaciones corporales y sensoriales, de una manera que bautizamos demasiado deprisa con el término, a modo de pantalla protectora, de “metafórico”. Piénsese, por ejemplo, en el pensamiento descrito como andanza, camino, profundización, socavación, delimitación, superación de un obstáculo o de unos problemas, construcción, planificación de un viaje o alzamiento de un edificio. Acontece lo mismo con las operaciones de los sentidos, incluyendo a los sentidos modestos, como el gusto, que contribuyen a nombrar nuestras operaciones estéticas y la manera cómo nos relacionamos con el arte. Así, decimos “comer o devorar con los ojos”. Y podemos tener una indigestión de pinturas al salir de un museo, o estar absorto en una representación, en una lectura, en la ejecución de una pieza musical. Estar absorto en, ser absorbido por, es ser raptado por algo, desaparecer en ello, como un líquido en la tierra o un alimento en el estómago.

En referencia a esto, no todos los sentidos son solicitados con la misma intensidad.

Así, al menos para la sociedad europea, el sentido de la vista es el que ha tenido y conserva todavía el papel más importante. Nuestra estética es una estética de la vista y de los elementos visuales, mucho más que del oído, del olor, del gusto o del tacto –y todavía más que del sentido interno o común llamado cenestesia. En la segunda mitad del siglo XIX, hubo un interés tan fuerte como pasajero por el sentido *háptico* a propósito de la percepción de la escultura y de la arquitectura. Hubo también una toma de contacto con cenestesia, concretamente a propósito de la percepción de la música y, todavía más, de la ópera, cuando jugaba el papel de una especie de cine antes del

cine, pero el primado quedó y todavía queda relegado al registro de la vista.

Así pues, es un signo de evolución tanto de la sensibilidad como de las producciones artísticas que se haya abierto un nuevo lugar a los sentidos que hasta ahora eran considerados como secundarios. Ha acontecido un nuevo interés por el olor, el gusto, el oído y por las percepciones sinestésicas, es decir, se han puesto en juego tanto sentidos diversos (las percepciones multisensoriales) como el sentido interno del cuerpo, designado frecuentemente con el término tan vago como desprovisto de matiz filosófico de sentido de “lo vivido”.

Este nuevo interés va de la mano de cambios sociales y técnicos respecto a los cuales no es fácil desentrañar si han engendrado estos cambios de sensibilidad o si los acompañan mientras sacan provecho de ellos. Conocidos son los éxitos comerciales de los perfumes, el auge de la gastronomía –incluyendo su forma globalizada de las cocinas exóticas o de “fusión”, la omnipresencia de la música electroacústica en los ambientes y las atmósferas de nuestra vida, la importancia de la arquitectura como arte de los espacios y de los lugares de vida, incluyendo lo que Marc Augé ha designado como no–lugares (estaciones, espacios de tránsitos o de espera), o cuando se confunde con el acondicionamiento urbano en el sentido más amplio y gigantesco –cuando la ciudad entera se convierte en arquitectura y cuando el arquitecto se convierte en urbanista.

La nueva relación entre arte y comida, arte y cocina, arte y creación gastronómica, se inscribe en el contexto de estos cambios más generales.

Hay varias maneras de abordar esta relación, desiguales respecto a su modernidad, a su actualidad y al interés en sus implicaciones estéticas.

La más simple y aceptada consiste en ubicar el lugar de la comida en las artes: ¿Qué lugar ocupa allí como asunto, recurso, tema?

Hay que reconocer que este lugar, en la mayoría de las artes, es

reducido, excepto, tal vez, en pintura, y aún así.

Exceptuando el género bien definido de las naturalezas muertas con presencia de comida, los *bodegones* españoles o napolitanos y escenas de banquete y festines flamencas, la comida ha ocupado un lugar pequeño en las artes visuales hasta una época reciente.

Cuando interviene, la comida connota lo deseable, lo abundante y lo exótico, tan valorados en las sociedades hasta no hace tanto ancladas a su territorio, pobres y hambrientas. O si no puede significar la concentración, el recogimiento en necesidades y sensaciones simples en el caso de las naturalezas muertas ascéticas de tonalidad religiosa.

Así pues, la comida interviene ya sea como sueño de abundancia y de exceso ya sea como recogimiento en las sensaciones esenciales. En el siglo XIX mantendrá en parte estas significaciones, pero banalizadas en cierto sentido, o en todo caso mitigadas y relajadas, cuando los pintores pintaban la intimidad apacible de las comidas de familia de la burguesía.

Se acabaron los festines cuando desapareció la penuria. Se quedaron la modestia de los pobres o la frugalidad elegante de los ricos. El exceso quedó relegado a los cafés, a los bares y a las casas de prostitución.

La alimentación y la atención al acto de comer se convierten en “temas” en el arte más tarde.

Una observación preliminar se impone.

Dado que tenemos la costumbre de entender por “arte” espontáneamente las “artes visuales”, lo que no debe sorprender teniendo en cuenta la aludida priorización de la vista, hay que empezar por corregir este sesgo.

Efectivamente, un cambio se opera desde el siglo XIX en el dominio de la escritura, cambio que da testimonio de una primera modificación de la sensibilidad.

Si bien la literatura gastronómica es difícilmente clasificable en la

“literatura” propiamente dicha, sin embargo no hay que condenarla al silencio. Así, hizo su aparición a principios del s. XIX con Grimod de la Reynière (en su *Manual de los Anfitriones* de 1808), y sobretodo en 1825 con la *Fisiología del gusto* de Brillat-Savarin. Ciertamente, si bien la época pertenece a las “fisiologías” (por ejemplo, la *Fisiología del matrimonio* de Balzac es de 1829), es sin embargo significativo que el gusto encontrara ahí su lugar. El interés por el gusto continuará, aunque de otro modo, durante las décadas de 1870 y 1880, a través de las publicaciones de Alexandre Dumas (siendo su *Diccionario de cocina* publicado de manera póstuma en 1873) y sobretodo en la novela de Huysmans *À Rebours (A Contrapelo)*, de 1884. Este último libro es muy importante en tanto que marca un giro de la sensibilidad. Otorga a los perfumes y a los sabores un lugar completamente inédito, incluso central, un lugar que había anticipado Baudelaire. La estética de Baudelaire, su concepción de la belleza y del placer introdujeron, en efecto, una ruptura en relación con lo visual dándole un lugar preponderante a lo sensorial, a lo sensual, a lo sinestésico (las “correspondencias”) y a los sentidos distintos al de la vista cuando el poeta festeja perfumes, olores, impresiones, emociones sensuales y sexuales, estados de embriaguez e intoxicación por hachís.

Contrariamente, en las artes visuales, con excepción de algunas escenas de comidas familiares o de banquetes de amigos en la pintura burguesa del siglo XIX, hay que esperar a la segunda mitad del siglo XX para que la comida tome un lugar preponderante.

Esto se produce cuando la comida se convierte en un producto de consumo corriente, empaquetado y normalizado – un producto industrial.

Entonces opera en los artistas, a la vez, lo que desde ese momento hay que designar como efecto Duchamp (cualquier cosa puede ser una obra de arte si se siguen los procedimientos adecuados) y el efecto publicidad–consumo popular. La comida se convierte entonces en motivo, tema – y tópico.

Desde el punto de vista del efecto Duchamp, la comida no es nada más que un tema utilizable en el misma dimensión que otros, del mismo modo que el deporte, las máquinas, o los *sucesos* de los periódicos. ¿Por qué llevar a cabo el retrato de un hot-dog? Respuesta: Y porqué no!

La comida, sin embargo, tiene sus significados propios: significados sociales, económicos y culturales, fácilmente legibles –industrialización de los productos, publicidad, embalaje generalizado, higienización... e incluso *junk food*, derroche, ultraconsumo, indigestión, americanización de los modos de vida.

Evidentemente, es el Pop art quien ha utilizado de manera más generosa y más sistemática la iconografía de la comida, de Oldenburg a Warhol y de Hamilton a Lichtenstein – pero la comida en cuanto que tal es vendida por medio de la publicidad o propuesta en una vitrina. Esta iconografía puede, simplemente, bien reflejar el mundo del consumo estandarizado (hamburguesa, coca-cola y helados) o bien pretender vehicular una cierta carga crítica – en realidad a menudo introducida por el crítico que todavía quiere creer en el arte crítico... Se mostrará entonces dramáticamente el exceso, la descomposición, la acumulación la violencia contra los animales, incluso a veces el escarnio artístico. Hay que reconocer, sin embargo, que tanto la fuerza estética como la fuerza política permanecen de modo mediocre: hay tanto que mostrar, criticar, denunciar... ¿Por qué mostrar eso, precisamente? Porque no otra cosa. Las fotos de una hambruna en África son más fuertes y más eficaces que las de la sociedad europea, las fotos de obesos llevan la crítica hacia la *junk food*, hacia la pobreza – ¿o hacia la falta de voluntad?

Las cosas se hacen más sutiles cuando los artistas se interesan no sólo por lo que es o podría ser consumido sino por el acto de comer, sea como absorción e ingestión o como situación de intercambio, de acto de compartir y de comunicación.

Desde este punto de vista, los “restaurantes de artistas” que abrieron Spoerri, Matta-Clark y Miralda en colaboración con otros artistas y para su comunidad de artistas no son sólo prototípicos en lo que concierne a las preocupaciones por la comunicación, la participación y la acción del arte antimoderno de la década de los setenta, sino que también anticipan lo que en la década de los noventa se generalizará bajo el nombre de “estética

relacional”.

También aquí, como en otros ámbitos y concretamente respecto a la música y el trabajo sobre los sonidos, los grandes precursores fueron los futuristas con la taberna Santopalato (del Santo Palacio), donde Marinetti presentó la cocina futurista en 1931.

Trenta años más tarde Spoerri tomó el relevo transformándose en el Chef Daniel para una exposición en la galería J en París, donde preparó una serie de comidas los restos de las cuáles figurarían en sus famosos *tableaux-pièges*. Algunos años más tarde, Spoerri abriría y mantendría su propio restaurante en Düsseldorf entre 1968 y 1972, que funcionaría como galería, lugar de producción de los *tableaux-pièges*, lugar de encuentro para artistas e intelectuales y vitrina de la vanguardia.

Al principio de la década de los setenta, entre 1971 y 1973, funcionó igualmente en Nueva York el restaurante *Food*, que reunió a la bailarina Carolina, a Goodden, al artista Gordon Matta-Clark y a muchos de sus amigos y conocidos. El acento se puso aquí más fuertemente en la comunidad, los encuentros y los intercambios. El elemento estético ya no consistía en “disponer en clave de futuro la cocina” o en sincronizarla con la vanguardia, como hacía Marinetti cuando servía un “pollo Fiat” o un “consomé solar”; tampoco consistía en la obtención de productos derivados como lo fueron los *tableaux-pièges* de Spoerri, sino en el hecho mismo de la acción relacional, aquello que Nicolas Bourriaud teorizaría al final de los noventa como estética relacional, trabajando los intersticios de los social.

Durante los años 1984–1986, el restaurante *El internacional* de Miralda y de Montse Guillén en Nueva York todavía estaría más cerca (también cronológicamente) de las prácticas relacionales, aún cuando Miralda y Dorothée Selz introdujeron, un decenio antes, la noción de *eat art*; las conexiones fueron más bien duchampianas y futuristas. El restaurante de Miralda y Guillén tenía, sin embargo, otra característica: no era sólo un lugar para compartir cosas y para intercambios sino que tenía también un dispositivo decorativo y multisensorial que anunciaba el restaurante de moda de la década del 2000, donde el diseño del espacio, el mobiliario, la vajilla, la carta, el

atuendo del personal, el virtuosismo del chef-vedette y la estética de las preparaciones contribuían a ofrecer una experiencia completa que se dirigía a todos los sentidos. Se llegaría a incluir la presencia de personalidades y de lo que hoy en día se designa como “people” o, en español, los “famosos”, para contribuir a la tonalidad de excepción de esta experiencia.

Más adelante, el concepto de compartir y de comunicación estará en el corazón de prácticas como las de Rirkrit Tiravanija, hasta el punto de olvidar la comida o de relegarla a un papel muy secundario, de puro pretexto. Lo que cuenta es algo parecido a una *última cena*, lo que cuenta es el concepto mismo de compartir y de la comunión, no lo que se comparte. A fin de cuentas, compartir no es nada más que un acontecimiento reducido al día del vernissage.

Lo irónico del caso es que el hecho de compartir la comida en un cierto tipo de lugar propicio al encuentro, lo que antes se llamaba más tontamente convivialidad, quizá no del todo estético, sino que contribuye indirectamente a la estética en lo que concierne a la presencia en un centro de arte de un restaurante, o de una cafetería, eso es lo que contribuye a atraer al público, concretamente al público joven. En París, el restaurante del Palais de Tokyo, el éxito del cual tiene que ver con el espacio “a-decorativo” del lugar, tiene su punto informal e incluso relativamente caótico, atrae a un público de jóvenes visitantes que seguramente no irían a ver las exposiciones... La estética relacional toma entonces irónicamente todo su sentido, ¡pero no en el espacio propiamente artístico! No es el arte el que es relacional, sino el restaurante quien produce lo relacional al lado del arte y, eventualmente (está bien lo que bien acaba) contamina al ... arte en si mismo.

El compartir continua llevando esta significación hacia el comercio intensivo cuando se convierte en una experiencia multidimensional, pensada, organizada, fabricada en nombre del consumo de lujo en el caso del restaurante de *diseño*. Respecto a ello, es sintomático que un cierto número de vedettes del cine o del *show bussiness* se asocian a diseñadores y cocineros para lanzar restaurantes *fashion*, susceptibles de atraer en un primer momento

a la clientela “conectada” y a continuación un público que quiera comulgar con los VIPS. Los restaurantes diseñados por Philippe Starck en París son una ilustración de esta deriva de la estética relacional hacia, simplemente, la relación y la marchandización de la experiencia relacional. Ya no se trata de actuar, tal como pretendía Bourriaud, en los intersticios de lo social. Se trata de que la acción intersticial se convierte en márketing, es decir, en la invención de un nicho de provecho en la venta de una experiencia bien imaginada, bien pensada y bien calibrada – profesionalizada.

De modo aparentemente sorprendente, pero mucho menos si piensa un poco sobre ello, esta lógica de una relación con la comida como comunión y de una interpretación de la comunión como acto de compartir y de sincronización de las sensibilidades, nos hace reencontrar de deriva en deriva y bajo el signo de la profesionalización la idea de obra de arte total trasladada a la experiencia del consumo mercantil. Al igual que el lujo-para-todo-el-mundo consiste en proponer para las vacaciones un *pack* que comporta el viaje, el transporte desde el aeropuerto, el alojamiento, el ponerse en forma y los masajes, deporte, noches locas, y, porqué no, el éxtasis y el sexo a gogó, se propone así una “experiencia” **en bulle** o en cápsula, la de una salida convivial y relacional al restaurante de moda – incluso podríamos llegar a acrecentar, quien sabe, nuestra red de relaciones...

Un último tipo de relación entre arte y cocina nos lleva más allá de esta experiencia global y a una zona más problemática. Se trata de la cocina como creación a base de invención, de refinamiento y de virtuosismo.

En un sentido, ya desde de las enloquecidas invenciones gustativas y decorativas de la cocina romana de la época de la decadencia, ya desde las recetas de Apicius y de las denuncias de Séneca, la gastronomía ha flirtado siempre con esta dimensión – para lo mejor y para lo peor.

Se trata, a partir de los productos existentes pero también de los productos extraños valorados por su rareza y por su coste a veces extravagante, de exacerbar las recetas existentes, de hacer más –más inventivo, más nuevo, más arriesgado, más complicado, más bello, más



sorprendente, más provocativo, etc.

Como ha subrayado E.H. Gombrich en diversas ocasiones, forma parte de la noción de arte y más precisamente de la noción de arte decorativo, el hecho de que el artista pueda desplegar su virtuosismo, lo más a menudo, además, en el marco de su rivalidad con otros artistas. Es así que el artista quiere entonces hacer más y mejor; y tanto peor si ello lo arrastra hacia cosas monstruosas o absurdas. Gombrich refiere a ello una “lógica de la feria de vanidades”.

Efectivamente, toda la historia de la cocina da testimonio de este rol excepcional otorgado al virtuosismo y también a esta lógica a menudo perversas que no sólo engendra variaciones en las recetas sino también extravagancias, felices o infelices: *pièces montées* y pasteles de equilibrios inciertos, animales rellenos de sorpresas, mezcla de productos infrecuentes, virtuosismo de las esculturas de pastelería (*pâte*) o merengues, gelatinas y salsas. Ello se da con un balanceo que va y viene entre el exceso y la simplicidad, que está sometido al peso de la tradición, de las escuelas, de las filiaciones y los aprendizajes, que está cargado del peso de las significaciones sociales analizadas por Bordieu en su trabajo sobre la *Distinción* cuando explora los conformismos de clase en materia de las artes decorativas.

Desde numerosas perspectivas, la cocina deviene efectivamente un arte cuando manifiesta estas cualidades auténticamente artísticas que son la invención, la imaginación, el virtuosismo e incluso el exceso. El problema entonces es saber hasta qué punto la cocina puede acercarse a un arte mayor y con qué dificultades se encuentra al hacerlo.

Es en este punto que surge la cuestión de la contribución de Ferran Adrià a esta forma de arte y del lugar que este creador ocupa en esta problemática general.

Es sabido que en el año 2007, el cocinero catalán Ferrán Adrià fue escogido para ser uno de los representantes de España en la exposición de arte contemporáneo *Documenta* de Kassel. No estaba presente, pero cada día

dos visitantes recibían la propuesta de un viaje a Rosas, cerca de Girona, para cenar en el restaurante de Adrià, *elBulli*, que cada año acogía menos de 15.000 personas (50 cada noche, atendidas por 45 cocineros y 22 personas de sala)... por 2,5 millones de solicitudes de reserva. Ferrán Adrià abrió su restaurante en 1982 para desarrollar allí progresivamente sus investigaciones, y lo cerró a final de julio de 2011 para desarrollar nuevos proyectos.

¿En qué muestra la cocina de Adrià que la cocina puede ser arte –y gran arte?

La respuesta clásica era, tal y como acabamos de ver, que los grandes cocineros refinan sus materiales hasta la extravagancia a través de salsas, gelatinas, extractos de caldos, presentaciones virtuosas, tratamientos audaces. Ferran Adrià añade a ello una inventiva surrealista (el restaurante está a dos pasos del Cadaqués de Dalí) y los recursos de la química.

A lo largo de las cuatro horas que dura el servicio de las 48 “degustaciones” obligadas del menú, reinan lo inmaterial, la quintaesencia, el extracto sublimado. Extractos de caldos y perfumes son capturados en raviolis, **gressins**, barquillos al borde de la volitización, por ejemplo cuando descubrimos en un pétalo de rosa una gelatina de jamón ibérico o cuando una evanescente gelatina blanca, semejante a una escarcha de abril, se revela como un *ajoblanco* (sopa de almendras y ajo). En repetidas ocasiones, el personal de sala aconseja consumir inmediatamente lo que se ha servido de tan frágil que es su preparación.

La ironía (del mismo tipo que la de las citas de la historia del arte en los pintores célebres) es que los gustos y sabores utilizados provienen de nuestra cocina cotidiana: butifarra negra catalana, guisantes, parmesano, endivias, avellanas, cacahuetes, bacalao –dejando ciertamente también lugar a la trufa y al foie gras aunque sólo, de nuevo, en su quintaesencia.

Un amigo filósofo, al conocer a Ferrán Adrià años atrás, le dijo que su cocina le hacía pensar a la *epoché* husserliana. La *epoché* husserliana es la operación que consiste en poner entre paréntesis las creencias naturales instaladas en el mundo para acceder a la contemplación de la esencia. Adrià quedó entusiasmado con la comparación.

Ciertamente, él se pone entre paréntesis la existencia del alimento para acceder a su esencia gustativa, sea como existencia gustativa del producto sea de una como receta más o menos tradicional.

En Adrià se da también la pretensión de una finalidad sin fin. Uno no iba a un restaurante como *eIBulli* para alimentarse. Quien pensara en *eIBulli* como el mejor restaurante del mundo en este sentido se equivocaba. En el restaurante de Adrià, como en una galería de arte, se llevaba a cabo una experiencia estética en un juego de exacerbación de ciertas cualidades y sensaciones en la gratuidad de una investigación. El substrato de estos “alimentos” es lo más inmaterial posible, una especie de excipiente sobre el cual asentar y degustar las cualidades más frágiles. Una infusión de atún ahumado, un cappuccino de civet de liebre parecido a un expreso pero en el cual el café se confunde con el civet, dicen mucho más por ellos mismos de lo que yo pudiera describir.

Extravagancia, virtuosismo, exceso, gratuidad, pero también citas, ironía, inscripción en los juegos de lenguaje de la creación culinaria: tantos y tantos ingredientes del arte.

La cuestión, ahora, es saber si todos los tipos de sensaciones pueden soportar estas operaciones de “puesta en arte”, de “artización” `a la Duchamp que, como si de un signo premonitorio se tratara, frecuentaba *eIBulli* llegando por el mar desde Cadaqués, aunque fuera antes de la llegada de Adrià – a diferencia de Richard Hamilton, uno de los padres del *Pop Art* inglés, que, desde siempre, fue un habitual del restaurante de Adrià.

La dificultad, en este caso, se debe a la débil amplitud temporal del gusto y del olfato y a la saturación veloz característica de estos sentidos. Cuanto más se acercan las sensaciones al sujeto que las tiene y cuanto más lo invaden (y qué más cercano a nosotros que lo que absorbemos), más difícil es dominar la variedad y hacerla entrar en los juegos de comparación. La vista se satura con menor velocidad, incluso después de la experiencia de lo que llamamos, en su justo título, la indigestión del arte, variante del famoso “síndrome de Stendhal”. En lo que concierne a la comida, finalmente

convendría ir escupiendo a tras cada degustación, como lo hacen los degustadores de vino o como lo hacían los... Romanos– ¡es fácil imaginar el espectáculo! Séneca ya decía que “los Romanos comen para vomitar y vomitan para comer”, y también que “se tiene hastío de comer los platos uno por uno, y se reúnen todos los sabores en uno sólo: la mesa hace las veces del estómago saciado.

Indiscutiblemente, Ferran Adrià lleva la creación a las invenciones más extremas y más audaces. Tiene la voluntad de arte que caracteriza a los grandes creadores y sabe comunicar su entusiasmo y su vocación a sus equipos. Como señala con perspicacia Josep Maria Pinto, su arte reposa en tres pilares: la creación a través de los sentidos, la investigación técnica y conceptual sistemática y la introducción de la razón en el acto de comer. En este sentido, el laboratorio donde se elabora lo que se come en *elBulli* tiene todo lo que tiene un taller de un gran artista del Renacimiento donde los asistentes están atareados con los conceptos del maestro.

Sin embargo, el límite de esta voluntad de arte no se da tanto en el maestro como en la propia naturaleza de los sentidos para los que trabaja. Adrià ha visto, en cierta manera, el riesgo y lo ha remediado en parte gracias al magnífico catálogo de su obra, realizado con la ayuda de las magníficas fotos de Francesc Guillamet.

Si el modelo de base de nuestra estética es visual, no es sólo a causa del etnocentrismo europeo, sino también porque el sentido de la vista ofrece un acceso sensorial con una cierta distancia, a la vez que organizado y relativamente estable. Ciertamente, también es porque nuestro dualismo del alma y del cuerpo nos ha hecho olvidar o silenciar todo el campo de la sensorialidad íntima, todo el campo de la cenestesia –a diferencia de lo que pasa, por ejemplo, con las categorías de la estética japonesa.

Resulta que esta promoción de los sentidos inferiores del olfato y del gusto, que el siglo XIX hubiera calificado de “decadente” mientras, sin embargo, la celebraba, la misma que se encuentra en el *À Rebours* de Huysmans, remite a la posibilidad actual de un cambio radical en la naturaleza

de la experiencia estética: el sentido “intelectual” de la vista pierde su importancia mientras que el olfato y la percepción cenestésica del estado general del cuerpo pasan a un primer plano. Al mismo tiempo que el arte se vaporiza en “ambientes”, los sentidos “inferiores” acceden al primer plano.

La tentación de finalizar este texto medio en broma es intensa: cuando el arte se convierte en objeto de una percepción sinestésica (multisensorial) y cenestésica, ya no resulta conveniente ir al museo sino al restaurante o a una discoteca... Evidentemente, esto cambia mucho lo que se denominaba hasta hace poco la “estética”, reconduciendo su significación a lo que debe entenderse en la etimología de este término.