

# Comes lo que eres



**Escrito por:** Pedro Reissig  
Universidad de Buenos Aires  
Agencia: deMorfa  
preissig@gmail.com  
Argentina



Cuando nos propusimos hacer este proyecto de revista a comienzos de año, la pandemia era, al menos en Latinoamérica, una amenaza remota, una muestra más de un mundo en llamas, que ardía cerca, la Amazonas, y no tan, Australia. Pero ardía. Ya para marzo cuando empezó a tomar color la revista, la amenaza remota ya era nuestra realidad inmediata. Y aquí estamos, envueltos en tanta realidad que ya es difícil distinguir algunas cosas que antes tomábamos por descontado, el amor físico, la comunidad carnal, y un tiempo que ordenaba el día y la noche, la semana y su finde, y en nuestro hemisferio, el verano que daba paso al otoño austral. Es justamente el tiempo, medido y regulado como solía ser, es ahora quizás uno de los ordenadores de nuestra cotidianidad que más se ha disuelto. Quizás por el teletrabajo, tele amistad, y otras tantas teles que el sentido y fluir del tiempo se nos ha desnaturalizado, desde una aceleración descontrolada hacia un desdoblamiento de lo secuencial en simultaneidad... Tanta simultaneidad que resulta difícil orientarse uno mismo dentro del propio día. En fin, cuestión es que aquí estamos juntos como sobrevivientes de un fenómeno que aún estamos lejos de entender y procesar, pero juntos al fin, juntos para compartir, degustar y hacer sobremesa alrededor de esta publicación que no es más que una mesa a servir, levantar, y volver a servir y levantar cuantas veces hayan cocineros y comensales, todo con el ánimo de compartir y crecer juntos!

Antes de empezar a comer,... las gracias, los rezos y ritos que preceden a la comensalidad, para así reconocernos y agradecernos en el afecto y energías que esta publicación suscitó. Desde las personas cercanas, quienes conforman y confirman al grupo de trabajo y al apoyo nombrado al comienzo, hasta las instituciones que respaldan, incluyendo a la propia red Latinoamericana de Food Design, de la cual nos sentimos hijos, (aunque yo a veces también abuelo), hay equipo... y para rato!!

Los que pujamos por este proyecto de revista somos los que aquí compartimos nuestro pensar y sentir a modo de editoriales que nos representan como individuos y como guardianes del proyecto. Como individuos en las diversidades y unicidades que nos implican, y como guardianes por ser la cara visible que vamos nutriendo a este espacio revista. Es en este doble sentido que a continuación comparto ideas y experiencias que me representan a mí y a la revista, todo bajo el slogan **"Comes lo que Eres"** que espero sirva para ir creciendo más felices y sustentables que nunca. A comeer!!!

**Comes lo que Eres** dice el slogan de la revista. Una frase que empecé a usar en el 2013 para organizar una mesa redonda en la Parsons/ NewSchool de NY, ante la tarea de crear un programa de grado dedicado al Food Design. Esta frase me pareció suficientemente provocadora, aunque puede ser que las personas a veces la escuchan con "dislexia" y su cabeza

se ocupa de reordenar la frase para que sea reconocible, con lo cual pasa inadvertido el juego de palabras. La cuestión es que se trata de decir algo tan obvio como comprometedor, y es que nuestras decisiones alimentarias están en función de lo que pensamos, sentimos y queremos. Si bien sigue siendo cierto que uno es lo que come (tu cuerpo es reflejo de tu alimentación, sumado a muchas otras cuestiones, pero en el fondo nadie escapa esta realidad), también es cierto que uno come lo que es, al estilo del huevo y la gallina, en un círculo vicioso o virtuoso. A partir de esta frase que decidimos mandar al frente de la revista, le siguen un caudal de ideas y experiencias que hacen carne en la cuestión. Y aquí la cuestión es simple pero no tan fácil, **¿cómo pensar o re-pensarnos en relación al food, con todo lo que este desafío implica?**

Lo que sigue es una serie de reacciones a la pregunta más arriba formulada, reacciones que espero sirvan para abordar la pregunta, o al menos para no morir en el intento. Las llamo reacciones porque desde que comencé a convivir con esta pregunta, se fueron generando una serie de pensamientos, devenidos en ideas y conceptos, que con el tiempo fueron siendo descartadas o nutridas, según su potencial y relevancia para construir un pensamiento más sustentable. Las que fueron quedando están puestas aquí sobre la mesa de manera un tanto espontánea, pero sin perder el sentido que considero básico en este contexto editorial, el sentido común, con lo cual si algunas de las ideas resultan de poca profundidad o

desarrollo, es que se dejó prevalecer el sentido de sensatez y hasta quizás, un poco de sentido del humor, ¿por qué no?

Antes de compartir estas andanzas, les quiero contar una anécdota, por gusto personal, y como transición hacia las ideas específicas. El cuento va algo así: ... El otro día pasé por un local de barrio (Villa Urquiza, en la ciudad de Buenos Aires) que se dedica a reparación de electrodomésticos. Lo que me llamó la atención al pasar fue la sensación extraña que me causó, que tardé unas pocas cuerdas más para ir entendiendo de qué se trataba. La sensación fue una mezcla rara de nostalgia y angustia, como de estar presenciando un suicidio colectivo, y en donde yo era de algún modo cómplice. Los locales de reparación de electrodomésticos se pueden apuntar en la creciente lista de locales barriales en vías de extinción; zapaterías para arreglos, hospitales de muñecas y juguetes, costurerías, y otros lugares dedicados a cuidar, mediante el arreglo, a objetos que valoramos y queremos preservar. La vía de extinción se debe a las lógicas del mercado, sumado a las velocidades con las que transitamos por redes sociales y medios de comunicación, las que resuelven (actualmente mediante algoritmos reales o imaginados) que es más costo/ efectivo tirar y comprar uno nuevo, que arreglar la cosa rota. No solo es más económico, pero hasta casi siempre es más deseable en cuanto el producto nuevo seguramente ofrece "mejoras" que la versión que tuvimos no contaba, además de las pretensiones y aspiraciones que

cargamos a costas, queriéndolo o no. Si bien este fenómeno es muy visto y comentado, la razón por la que lo traigo a colación aquí es porque me cayó la ficha de cómo cada vez más hacemos lo mismo con la comida. Esto forma parte de las neo-estéticas gastronómicas que van dictando los parámetros compartidos de lo que es y no es bueno/malo, lindo/feo, me gusta/no me gusta, y etc. Si no es inmediatamente apetecible, si no me engancha, entonces ya no lo valoro y al tacho va. Esto ocurre en el ciclo entero desde que entramos en contacto visual con las decisiones de compra, en la rotación en nuestras heladeras y alacenas, en el proceso de cocinar y sobre todo, con lo que nos sobra de comida en la mesa. Requiere un esfuerzo conectar con el cariño y respeto que merece una cáscara, puntita oscura, parte "oxidada" y otras irregularidades en nuestro paisaje comestible. Es alentador ver cada vez más puntos de venta con la "fruta fea", y otras expresiones de cuidados, pero esto recién empieza ... Cuando volví a casa ese día y abrí la heladera, comencé a practicar una especie de re-significación de algunos alimentos que estaban a punto de caducar, y algunas otras atenciones que podían hacer la diferencia entre la boca y tacho como receptáculo. Llamémoslo reciclaje o preciclaje, si nos ayuda darle un nombre contemporáneo, pero lo importante es conectar con una actitud de valorización y recupero de nuestro propio legado alimentario en el día a día, que está a nuestro alcance. Una actitud por cierto aplicable a la vida en general, más allá de lo comestible.

Así que aquí comparto las ideas y sentimientos que he ido descubriendo a lo largo de este proceso, algunos han llevado a desarrollos más profundos y concretos, mientras otros han quedado boyando en la cabeza o la sobremesa. **A comer lo que somos!!!**

### **Líderes alimentarios:**

Es un término aún poco habitual, pero que apunta a algo muy urgente, representado por aquellos que sienten fe y amor por lo que hacen, y se vuelven proactivos y responsables con su trabajo, en espíritu solidario. Si bien probablemente suene un tanto pomposo, también es cierto que el mundo de hoy clama por liderazgo, sobre todo en relación a temas tan vitales como es la comida y el alimento.

Yendo por partes, en primer lugar el concepto de líder es un poco arriesgado ya que supone un saber hacer sumado a una capacidad y actitud de liderazgo. En este caso ampliamos la noción de liderazgo para incluir un sentido menos visible, pero no menos valioso. Me refiero al sentido de “empezar por casa & quot;, con uno mismo. Si yo me siento líder de mí mismo, me siento responsable y pleno con lo que hago, y por supuesto, con lo que no hago también. De este modo logro orientarme y hacerme cargo de mis decisiones, recién a partir del cual podría pensar en ser líder para otros. También se puede liderar de modo silencioso al ser ejemplo, al practicar lo que se dice. Esta doble condición de líder propio y silencioso puede servir para animarnos a romper la falsa dicotomía entre

líderes y seguidores que la tradición nos propone e impone. Las cosas generalmente no son ni tan claras o absolutas, ni realmente sirve esquematizar para ser tajantes en definiciones como líderes o seguidores a punto de volverlas excluyentes.

Con este sentido del término líder en general, ahora ampliamos para dar cuenta de ser un líder alimentario. Reconociendo y aprovechando el ímpetu de la figura de líder de innovación (acuñado en Inglés como Innovación Leader), podemos proponer una figura que actúa en el ecosistema alimentario de modo amplio. Si bien está dentro de la lógica propia del FD emplear el término Food Designer (diseñador alimentario), también lo limita al accionar esperable de un diseñador. Es entonces que cobra fuerza plantearse alimentariamente, (foodwise) sumar una dimensión horizontal a la connotación vertical que líder suscita. De este modo la figura de líder alimentario empieza a ampliar horizontes de comprensión y acción hacia un enfoque sistémico del FD.

### **Ancha Cocina:**

Es un término propuesto como complementación y en cierto modo provocación a la “alta cocina”, para empoderar a todos para ser “chefs por naturaleza”, abriendo paso a la gastronomía inclusiva, y otras expresiones y sensibilidades relevantes. También es una invitación a cultivar las figuras del “chef descalzo”; (tomado prestado del concepto Arquitectos Descalzos), en donde el chef es un facilitador

que empodera al cocinero que todos podemos ser, sin más pretensiones que el de poder crear algo que nos guste. También podríamos imaginar otras figuras sociales que están en vías de extinción, o al menos sin la valoración social que merecen, como el caso del “verdulero copado”, recuperando y aprovechando los saberes que tienen en relación al alimento fresco, y también poder trascender el folklore que rodea a su figura para poder generar empatía y conexión con un público más joven y menos tradicional, ávido de encontrar cómplices para reafirmar sus identidades urbanas.

Es decir, el concepto de Ancha Cocina es una invitación a proponer y activar movimientos al alcance de todos, reconociendo la conexión natural con el alimento que la mayoría de las personas tienen en su origen, sobre todo si nos remitimos a tomar leche materna y otras prácticas de las cuales podemos usar como gestos y disparadores para plantear un escenario optimista. Podemos sentirnos chefs intuitivos, personal buyers de frutas y hortalizas, recicladores profesionales de sobras, aprovechadores de tallos, y planificadores de eventos para tomar unos mates o cafecito con una amiga... Los límites están en nuestra actitud, la Ancha Cocina está aquí y ahora.

### **Gastronomía Bucal:**

Cuando “cocinar” ocurre en la boca por medio de pasos deliberados y secuenciales. Por un lado, si se quiere, esto fue el comienzo histórico de la gastronomía, madres premasticando

el alimento y pasándoselo por boca a sus crías. Por otro lado, es una veta experimental en proceso de desarrollo basado en la idea de “hacer más con menos”. Esta exploración de la comida y el comer lleva directamente a visitar una parte del cuerpo que me parece pasa un poco por debajo del radar mediático. Esta misma idea es también extensible a bebidas, si se quiere, como Mixología Bucal.

Estamos hablando de nada más ni nada menos de **La Boca**. Esta parte de nuestro cuerpo es quizás de las más fascinantes (junto a los genitales) por su complejidad, fuente de placer y descubrimiento. Los genitales tienen generalmente funciones más específicas y discretas, aunque no por eso menos vitales. La boca es notablemente terreno bastante desconocido para la inmensa mayoría humana, a pesar de ser fuente de varios de los actos que nos caracterizan como especie. Es nuestro instrumento sonoro/verbal (hablar, cantar, gritar, reír, silbar, etc.). Es nuestra plasticidad expresiva, junto a los ojos (emoticones). Es nuestro músculo amoroso por donde besamos y damos placer. Es nuestra puerta de entrada para comer... Tan íntima como pública a la vez, es la interfaz más importante para interactuar con el mundo. Dada la importancia que tiene la boca, llama la atención lo poco que la conocemos, entendemos y cuidamos. No tiene un límite tan claro, inclusive si de atención médica se tratara, podemos invocar tanto dentista como otorrinolaringólogo, ambas figuras extrañas por dónde las miramos, los primeros fuente de angustias y dolores, la segunda tan

impronunciable como improbable. Esto para contextualizar la extraña relación en la que nos encontramos en relación a la boca como órgano, tejido, mucosa, central nerviosa, papilas gustativas, masa muscular, estructura ósea, por nombrar los obvios.

Haciendo foco en la actividad de comer, podríamos deleitarnos analizando su anatomía, fisonomía, funcionamiento, sensibilidades, capacidad de adaptación, y otros aspectos que pueden ser entendidos desde lo funcional, simbólico, salud, placer, y otras miradas ya que es amplísimo el abanico de lecturas que podemos hacer de ella. En aras de estas consideraciones no suena descabellado pensar en la práctica de la gimnasia bucal. Enfoque que nos invita a descubrir y disfrutar de su plenitud. Sabidos son la proliferación de cursos de degustación que enseñan cómo aprovechar y entender las distintas partes de la boca para aumentar la experiencia sensorial, pero si no tuvimos la suerte de tomar uno de estos cursos (vinos y quesos sobre todo), difícilmente nos haya tocado siquiera pensar en esta dimensión bucal. Podemos también citar ejercicios y entrenamientos tomados de otras prácticas, incluyendo instrumentos musicales de vientos, fumar pipa, cigarro, marihuana, (soplado de anillos de humo), escupitajos de gente cool o deportistas, y desde ya, una larga historia de higiene bucal (buches, gárgaras, limpieza de lengua, etc.). En aras de estas reflexiones, se desprende la lógica de entrenar la boca en términos generales,

incluyendo morder, masticar, degustar, explorar y jugar (existen puzzles bucales en este último sentido).

Ojalá que la propuesta de pensar en la boca como un gimnasio motive y sensibilice acerca de este potencial poco aprovechado y llevarlo más allá de los circuitos dedicados a la gastronomía con foco en lo organoléptico. Quizás porque la relación boca/gastronomía quedó tan afirmada en su función sensorial, que no se han explorado más otros aspectos anclados en la ergonomía bucal. Desde la estética del gusto, hasta el arte de comer, pasando por la ciencia de la cata, la boca y su relación con la comida, esta es una exploración que recién comienza.

Aquí faltaría hacer una mención histórica sobre el uso ancestral de la boca como herramienta, incluyendo las costumbres de masticación de chicle, tabaco, coca, semillas y otras hierbas. A la par de recuperar la boca como herramienta corporal a pleno, están las manos en sí, como receptáculos y articuladores polifacéticos, que hablan de la conexión entre cuerpo, mente y alimento, sobre todo mirando la gracia y fluidez con la que muchas culturas milenarias acostumbran a comer con las manos. De esta exploración e interés histórico ha nacido la idea aquí esbozada de “gastronomía bucal”, para potenciar esta maravilla de la evolución genética y homenajear a la primera succión.

### Algunos ejemplos:

**Baní:** para hacer manteca de maní con pulpa de banana colocá un buen mordisco de banana semi madura en una de tus mejillas. En la otra colocá un semi puñado de maní tostado sin sal y dejar en remojo unos minutos. Cuando empezás a sentir sus jugos comencé a masticar pequeñas cantidades del maní sin tragar hasta que sientas una pasta homogénea pero grumosa. Entonces ir escurriendo despacio la banana que ya estará blanda, humedecida y tibia, para que se vaya mezclando con la manteca de maní e ir jugando con las texturas y sabores a medida que se va integrando y disolviendo....

**Pasadas:** colocar medio puñado de pasas de uva (idealmente grandes y con semillas) en una de tus mejillas e ir sintiéndolas humedecer mientras se entibian. Vertir un traguito corto de ron y alojar bajo la lengua lo mejor posible. Al comienzo sentirás un poco de ardor, cuando empieza a pasar el efecto soltar las pasas que ya deben estar ablandadas y dejar que se terminen de marinar con el resto de saliva y ron al gusto, luego ir aplastando sin morder las pasas hasta que largan las semillas que puedes ir tragando (buena limpieza intestinal) mientras vas disfrutando de esta mezcla resbaladiza y dulzóna.

**Té largo:** colocar un saquito de té a elección en la mejilla y disfrutá regulando la intensidad según la presión y flujo de saliva que le apliques. Como opción se puede meter un dedazo de miel u otro edulcorante en la otra mejilla y jugar

con distintas dosis y mezclas entre ambas, a veces creando contrastes fuertes (sobre todo si usás un té amargo) o bien regulándolos para un sabor más equilibrado.

### Sujeto alimentario

En aras de pensarse o re-pensarse en relación a la comida, hay distintos modos de entendernos, nombrarnos y posicionarnos. Aquí se propone un ejercicio de auto-reconocimiento, para probar los distintos sentidos que pueden existir en esta relación tan vital. Se ofrecen los sentidos de decisor, auto-suficiente, co-productor, usuario, consumidor y cliente, abarcando una amplia gama que va desde la relación más abierta e independiente, hasta la más cerrada y dependiente. Cada posición tiene sus causas y efectos en el eco-sistema alimentario. Esta distinción nos ayuda a tomar conciencia y responsabilidad por dónde queremos estar parados, y empoderarnos hacia la plenitud. Como punto de partida se propone la figura de Sujeto Alimentario como una condición más neutra, desde la cual podemos visitar las distintas situaciones descritas arriba, considerando que en muchos casos una persona se puede identificar con más de una, e inclusive transitamos de unas categorías a otras en distintos momentos, y aquí se proponen como puntos de referencia.

Resulta tan esclarecedor como sorprendente pensarnos como sujetos alimentarios para entender mejor dónde estamos parados por default o por decisión y, por ende, dónde nos quisiéramos parar en relación al

mundo comestible. Poder construir nuestra propia subjetividad en relación a los alimentos es preferible a que nos la construyan, por lo tanto ofrecemos una serie de escenarios para abrir la reflexión y la transformación. He aquí una serie de términos para comenzar a entendernos y reposicionarnos, partiendo de lo que consideramos situaciones más plenas de empoderamiento, hacia las más sumisas respecto del mercado e inercias externas. No son todas taxativas, ni siempre deseables, como en el caso del sujeto alimentario autosustentable (que depende de la persona, comunidad, geografía, edades, etc.), no obstante ello, dibujan un panorama más completo de nuestra subjetividad, su complejidad y vulnerabilidad, que se manifiesta en ciertos lugares, tales como cuando tenemos que asumir roles más sumisos (ej.: cliente, ama de casa por imposición, etc.).

#### **Decisor:**

Es el sujeto en su máximo empoderamiento, claro respecto de sus propios gustos, necesidades y elecciones. Tiene conciencia y contacto con las distintas instancias del ciclo alimentario desde la intuición y sentido común, o si se dedica a alguna de sus prácticas o estudios, adquiere conocimientos implícitos y/o explícitos. En este caso el decisor se reconoce a sí mismo (y a su grupo familiar o colectivo) y tiene conocimiento y conciencia del resto de los actores que forman parte de su circuito alimentario, pero es él mismo quien decide qué información, poder y relación se establece. El nivel de confianza es unilateral,

el decisor confía en su capacidad de discernir y no ser influenciado por fuerzas externas que operan sobre su mecanismo de decisión de modo interesado con fines de lucro.

#### **Auto-suficiente:**

Es el sujeto quien ha decidido o heredado la práctica que le permite tener autonomía del ciclo alimentario, siendo él o ella misma su propio proveedor. Esto, claro está, puede ser parcial o totalmente y también puede variar el grado de colectividad las tareas que esto implica. En este caso el sujeto alimentario se reconoce a sí mismo (y a su grupo familiar o colectivo) en una relación recíproca de confianza. El nivel de confianza en sí mismo es alta, sino no subsistiría.

#### **Co-productor:**

Es tal como lo propone el movimiento Slow Food, cuando el sujeto alimentario toma responsabilidad por sus decisiones de compra en relación a los valores deseables de un alimento bueno, limpio y justo, sabiendo que estas decisiones inciden directamente en el productor local. En tal sentido se promueve la menor cantidad de intermediarios entre el producto y el comprador, para que se genere una complicidad. Cada parte interesada en el bienestar de la otra, conociendo cómo se fortalecen las buenas prácticas de ambos y de la comunidad y territorio a la cual pertenecen. En este caso el co-productor tiene un rostro real (el productor lo reconoce e interactúan) y el vendedor es un productor también con rostro real (el co-productor lo reconoce e

interactúan). El nivel de confianza mutua es muy alta.

#### **Usuario:**

Es el sujeto visto como el destinatario final del ecosistema alimentario, un concepto muy común en el diseño, donde se estudia, considera y trabaja para el beneficio de quienes efectivamente interactuarán con el resultado final (proceso, programa, producto, etc.). En este caso el usuario es un ser humano conocido o tipificado y el proveedor no entra en contexto. El nivel no aplica ya que se trata de una relación unilateral, con el foco puesto en las necesidades de un hipotético usuario del producto o servicio, con lo cual la confianza no entra en la relación (inexistente).

#### **Consumidor:**

Es el sujeto tal como lo propone el mercado y ha sido internalizado a tal punto que muchísimas personas se identifican como tal, aún teniendo conciencia del interés económico que subyace a esta palabra. Es un término complejo ya que en efecto “consumir” puede referirse a “ingerir”, pero está embestido del pensamiento del mercadeo. En este caso el consumidor es un dato demográfico con rostro genérico y el vendedor también genérico, ya que es un segmento de la góndola (snacks, orgánicos, etc.) bajo el paraguas de “industria alimentaria”. El nivel de confianza mutua es dudoso.

#### **Cliente:**

Es el sujeto en su instancia más directa con el vendedor, tratándose de un rol temporario o permanente según cada situación y

contexto determinado. Es el sujeto circunscripto a un intercambio mercantil entre comprador-vendedor, resaltando la cualidad del comprador como sujeto central y la distorsión que esto genera a partir de esa misma subjetividad. Sea “el cliente siempre tiene razón” como eslogan tirano y caprichoso, o el bombardeo incesante de publicidad y propaganda que nos afecta incluso en modos que no logramos percibir. En este caso el cliente tiene rostro, nombre y apellido y big data, el vendedor es en parte anónimo (holdings, filiales, co-brandings, etc., por lo que a veces no se sabe quién es el responsable), y por otro lado es La Marca con toda su fuerza. El nivel de confianza mutua es desparejo y ambiguo. El cliente puede confiar en algunas marca (fidelización), o al contrario, desconfiar de otras marcas o tipologías (snacks, etc.) según su estilo de vida.

#### **Identidad alimentaria:**

Es un concepto muy amplio que remite a conocerse, reconocerse y entenderse en términos alimentarios. Así como acostumbramos expresarnos y presentarnos a través de nuestros perfiles de usuarios en redes sociales, y en otros contextos como en un Curriculum Vitae, resulta más que interesante poder hacerlo en términos de la comida, para entender mejor, comenzando para nosotros mismos, qué idea o imagen propia tenemos o cuál quisiéramos tener. Lo mismo aplica hacia afuera, en relación a otras personas. Si bien el término Identidad Gastronómica está muy relacionado a la alimentaria, la gastronómica se refiere más bien a gustos y costumbres sobre la comida en sí, a nivel

organoléptico y no es tan abarcativa como la alimentaria, que se refiere a nuestra relación amplia con la comida.

Este ejercicio puede servir para lograr una conexión con nuestra relación alimentaria en términos de salud y bienestar, vivenciando plenamente nuestra capacidad de disfrute y naturalización de decisiones que a veces pueden ser difíciles de tomar, comenzando con la pregunta del día a día: ¿qué como hoy? En mi experiencia, sobre todo viviendo en grandes urbes (NYC y Bs. As.), con tantas opciones alimentarias y tantas implicancias en relación a estas decisiones, se puede volver complicado y hasta angustiante estar constantemente preguntándose esto. Cuando existe un contexto estable y funcional, las decisiones que tomamos en relación a la comida suelen fluir, o al menos no nos descolocan, ya que partimos de una base que está conectada con nuestros gustos y costumbres, como así con nuestra salud y sentido de bien estar. Es decir, en un buen contexto las decisiones referidas al comer (qué, cuándo, dónde, cómo, con quién, por qué, etc.) son más acotadas, quizás reducidas a decidir entre qué tipo de carne usar para la cena. Pero cuando no hay un contexto de contención y pertenencia, como cuando uno vive solo, o en un campus universitario (muy común en EE.UU.), o en una comunidad laboral muy intensa, estas preguntas se pueden volver casi existenciales, ya que hay muchísimas cosas en juego en cada decisión ya que no parten de una base estable en donde las decisiones anteriormente

nombradas, generalmente ya están resueltas de antemano. Podríamos decir que esto es lo que hace a una “cultura alimentaria” determinada. Veamos entonces lo que hay detrás, para cuando se trata de tomar conciencia para poder crear nuestra propia cultura alimentaria personal.

Aquí hay un listado de palabras disparadoras que abren caminos para pensarse y repensarse en relación a nuestras actitudes y gustos:

- antojo
- capricho
- cauteloso
- conectado
- criterioso
- curioso
- espontáneo
- exploración
- funcional
- glotón
- inventivo
- juguetón
- miedoso
- obsesivo
- ordenado
- ...

Aquí van otros disparadores que tienen que ver con necesidades, posibilidades y sentidos:

- creencias personales, sociales, religiosas, etc.
- entorno ambiental
- estado de salud
- estatus o expectativa social
- historia personal y familiar
- pertenencia cultural
- situación económica
- ...

También es interesante reconocer nuestras propias inclinaciones, quizás informada desde lo hétero normativo, incluyendo factores relativos a género, preconceptos etarios, paradigmas nutricionales, y otras cuestiones que quizás tengamos muy naturalizados, pero no dejan de ser constructos socio-políticos. Un gran influenciador en la creación y mutación de nuestras identidades alimentarias tienen que ver con las expectativas y sometimiento social basado en un modelo de medicina neoliberal, cuya punta del iceberg se hace cada vez más evidente con el colapso de nuestra salud personal y la cultura de salud que nos acompaña.

Otro ejemplo de singularidades que a veces ocurre tiene que ver con flechazos y rechazos a cierto tipo de fenómenos alimentarios, como ser; cositas duras, cositas negras/oscuras, algo resbaladizo, etc., conformado parte del menú invisible que muchos llevamos por dentro. También es interesante reconocer gustos y disgustos básicos pero desde lo emotivo, no desde parámetros de “degradación” que miden y modulan nuestros gustos con fines específicos. Lo dulce, amargo, agrio o picante, por ejemplo, son sensaciones deseadas y rechazadas con pasión para mucha gente. También están las tendencias o “inclinaciones”, sean a pelar cascaras, descartar partes de un producto fresco no deseado (hojas y tallos de la remolacha), y otras particularidades que cada uno va encontrando en sus andanzas comestibles. También podemos interpelarnos en relación a prácticas ocurridas en la mesa y plato, desde

qué usamos o no (condimento, servilletas, mantel, utensilios, etc.) hasta ver cómo se come (separando o mezclando los distintos alimentos en el plato, si subimos todo junto o por partes al tenedor, si vamos comiendo por partes o mezclado a lo largo de la comida, si le ponemos un orden (primero lo caliente o frío, primero lo salado o lo dulce, etc.) y así podemos seguir proponiendo muchos usos y costumbres que quizás nos gusten (ojala) pero quizás podríamos hacer las cosas mejores y más felices, pero ni siquiera paramos a considerarlo, por eso se ponen aquí sobre la mesa.

Más allá de lo que podemos entender como predisposición genética, hay gustos y disgustos adquiridos. Esta complejidad de sensaciones, actitudes, creencias, conveniencias, hábitos y posibilidades conforman la identidad alimentaria de modo general, siempre sujeto a situaciones y predisposiciones particulares (ciclos diarios, mensuales, estacionales, estado de salud, etc.) y va cambiando a lo largo del tiempo en relación a la acumulación de experiencias, fenómenos propios de la edad, y otros factores que van interactuando con nuestro entorno socio-ambiental.

### **Constructos gastronómicos:**

se pueden desmenuzar los componentes (tangibles, intangibles e híbridos) que componen nuestra vivencia gastronómica en el sentido amplio. Esta posibilidad nos permite acercarnos hacia una construcción más compleja y completa de lo que está involucrado en nuestra relación alimentaria, con todos sus

matices e implicancias. Una primera aproximación podría verse así:

- **entorno gastronómico:** la dimensión espacio / tiempo que en una instancia determinada, es accesible a nosotros, tanto en los hechos (realidad) ej.: estar cenando en casa, como en nuestra psiquis (emociones y deseos) ej.: estar comiendo algo casero que me transporta un domingo en la casa de la abuela.

- **disparador gastronómico:** la decisión de actuar gastronómicamente, disparado por una sensación corporal, emocional, social, práctica, entre otras (ej.: sentir sed, ver una foto y que me produzca salivación).

- **situación o evento gastronómico:** la dimensión concreta dentro de un entorno gastronómico sobre la cual operamos o interactuamos. (Ej.: ir a la cocina con sed).

- **acto gastronómico:** la concreción puntual de un gesto, hecho o acontecimiento gastronómico que es medible, registrable y con consecuencias (ej.: servirse una bebida y quitarse la sed).

- **experiencia gastronómica:** la sumatoria repetitiva y mutante de los anteriores en una secuencia: en un entorno determinado, se dispara un deseo o necesidad, la cual crea una situación concreta, que se consuma un acto gastronómico (ej.: ir a la cocina, sentir sed, elegir una botella de agua, servirse un vaso, tomar un sorbo, sentir el agua refrescar la boca

y fluir hacia nuestro estomago ...)

### **Sentidos de salud alimentaria:**

Es una mirada amplia para entender al término "alimento saludable" desde un lugar más completo incluyendo 8 aspectos que se propone componen la totalidad de la calidad alimentaria. Estos puntos incluye la salud del producto, ambiente, economía, social, identidad, sujeto, sensorial/emocional y soberanía alimentaria. La idea de calidad asociada a la salud a menudo está fragmentado y condicionado por nuestras expectativas. Al término calidad se lo suele vincular al grado de satisfacción que el sujeto alimentario siente respecto de éste y de quienes lo ofrecen, según parámetros establecidos según ámbitos de pertenencia. Como ejemplo podemos decir que cuando alguien nombra la palabra "orgánico", parece que han dado en la tecla del sumun de calidad. Sin embargo, la cualidad de orgánico no implica que el producto en sí sea sabroso, ni la forma de haberlo producido ni comercializado cumplan con nuestros estandartes globales. A veces dichos parámetros están alineados con lo que se ofrece y la experiencia de quien lo adquiere y consume, pero la mayoría de las veces esta relación está en conflicto. ¿Por qué no abordar, entonces, la idea de la salud alimentaria desde un punto de vista sistémico, buscándola calidad global, no solo los atributos que hoy estén siendo promocionados o que tengamos casualmente en nuestro radar? Desde este lugar más completo podremos tomar decisiones más acorde con los sentidos de la salud alimentaria.

### **Construyendo el lenguaje del food design:**

Dada la relación intrínseca entre el pensamiento y las palabras, podemos beneficiarnos de revisar y expandir nuestro vocabulario, apropiándonos de nuestra alfabetización alimentaria desde un lugar más propio, o bien propositivo y alineado a los valores y sentidos que queremos otorgarle. En este sentido, el léxico relacionado con el Food Design que se expone a continuación se aborda desde la necesidad de tener una perspectiva propia para la transdisciplina y transversalidad de la temática. Esto significa que las definiciones se utilizan como propuestas y factores desencadenantes para promover nuestro pensamiento crítico, a veces coincidiendo con el uso más tradicional del término en cuestión y a veces no tanto. De todos modos, no pretende ser un diccionario, nomenclatura esquemática o definitiva, sino más bien un Glosario Sugestivo guiado por el sentido común. A continuación se comparte solo las categorías abordadas y el sentido que se les quiere dar. Para ver el glosario completo se puede visitar el libro: "Food Design: hacia la innovación sustentable" disponible en [www.fdx.org](http://www.fdx.org)

### **Palabras para acercar o repensar**

Este es un glosario inicial que requiere ser ampliado y profundizado, en ciertos casos abriendo el término para sacarlo de su esquematización, otras veces haciendo lo contrario, desambiguar.

### **Definiciones básicas de alimentos**

Estos términos a veces son difíciles de definir ya que se usan de distintos modos en distintos contextos, y a veces tienen usos populares y otras veces científicos o comerciales. Están agrupados por asociación y no alfabéticamente. Es un listado parcial, para iniciar una apropiación.

### **Conceptos básicos nutricionales**

La idea de paradigmas nutricionales, también llamadas dietas o guías nutricionales, depende de muchos factores y también susceptibles a las fuerzas del mercado. No es una ciencia exacta, como lo demuestra el paso de la pirámide como modelo nutricional, al esquema plato. El primero tenía dibujos de los alimentos jerarquizados, mientras el segundo usa gráficos de colores asociados a tipos de alimentos, plasmados en porciones/comida. Uno de los grandes problemas para entender qué es una "buena dieta" es que los alimentos no se pueden analizar aisladamente, ya que en nuestros cuerpos estos se mezclan y eso crea reacciones que cada cuerpo asimila distinto. Inclusive, la idea de agregar "suplementos nutricionales" tiene que ser mejor entendida ya que el cuerpo no absorbe del mismo modo los nutrientes de manera aislada que en sus alimentos de origen. Además de estas consideraciones fisiológicas, están los factores personales y culturales. Esto es un listado parcial para iniciar una apropiación.

## Clasificaciones de saberes y profesiones

Es notable como van cambiando (o no) algunas áreas hacia la súper especialización (ej.: ingeniero en probióticos orgánicos), mientras que otras tienden a la generalización (ej.: gastrónomo). Los términos están agrupados por asociación y no alfabéticamente. Es un listado parcial, para iniciar una apropiación.

## Conceptos culinarios

Vemos la creciente tendencia a nuevos nichos muy específicos de la mano con macro tendencias alineadas con fenómenos sociales basados en la salud personal, cultural y planetaria. Es un listado parcial, para iniciar una apropiación.

## Mi comida favorita:

qué fácil es caer en las preguntas tendenciosas (y de tendencias) simplificada a ¿cuál es tu comida favorita?. Tema por demás destacado en redes sociales, responsable del llamado “food porn” y otros fenómenos sociales incluyendo el término mal entendido del “foodie”. Lo que creo vale la pena repensar en este contexto es la implicancia de reducirlo a un alimento de máximo placer y glamour (ej.: un helado de tal heladería y sabor) al mejor estilo Disney Land. En el plano personal a mi se me fue complicando seguir diciendo que mis comidas favoritas eran “el asado y luego el sushi”, ya que sentía que me quedaba corto, que no pasaba por ahí. A partir de esta sensación incompleta fui virando

hacia la pregunta que realmente me interesaba: ¿cuál es la comida que más aprecio y agradezco? ¿En esta interpelación salió ganando por lejos la manzana! ¿Por qué, querrá saber el lector? Porque es un alimento que siempre hace bien, es fácil de transportar, es divertido comerlo (comerlo todo salvo el tallo, habiendo entrenado en el gimnasio bucal...) y resulta que es de los alimentos que más como, por lo tanto ahora lo tomo como mi mejor aliado comestible. Por más cursi que suene esta última frase, me hizo repensarme como comensal de un modo que nunca se me había ocurrido. Esto está muy ligado al tema que se comentó anteriormente en “identidad alimentaria”, que sería como el perfil de usuario de una red social, pero basado en datos de diversas índoles que describen a una persona en términos alimentarios/ gastronómicos.

Me gustaría también compartir un último ejercicio del gimnasio mental, que llamo “Diseño Inverso”. Este término me surgió al conocer la idea de ingeniería inversa, muy en boga en escuelas de diseño para referirse al ejercicio de desarmar un producto/ objeto para entender y analizar cómo funciona. En el caso del diseño inverso se plantea que todo producto es una posible respuesta a una pregunta implícita o explícita. Esta es una manera de mirar el entorno y leerlo desde la prospectiva del diseño, reconociendo que todo lo construido, fabricado o modificado lo ha sido por algún motivo, generalmente para mejorar o resolver un problema. Con esta consigna en mano, podemos mirar a cualquier producto

(alimentario en este contexto), y preguntarnos ¿qué se quiso resolver con esta respuesta? Un claro ejemplo de esta manera de interpelar el mundo construido es el caso de la hamburguesa. Ante la pregunta (descolocante a menudo, pero casi siempre generando sonrisas) que suelo hacer en talleres o conferencias al público es: ¿qué problema resuelve la hamburguesa? Dicho de otro modo, ¿cuándo empieza una hamburguesa a ser una hamburguesa, y cuando deja de serlo? De las muchas respuestas que se reciben ante la provocación, están: carne entre dos panes, un medallón redondo de carne picada, etc. A estas respuestas tan concretas como acotadas, es fácil retrucar con respuestas tipo: entonces ¿si la hamburguesa no tiene pan (al plato) o le sacás la parte superior, deja de ser una hamburguesa? Lo mismo con la forma, no todos conocen las famosas hamburguesas cuadradas de la histórica cadena de comida rápida en EE.UU. llamada “White Castle” (o Wendy's más recientemente). Dos respuestas posibles a la pregunta original sobre el sentido de la hamburguesa podrían ser: una hamburguesa es un modo de comer carne sin plato ni cubiertos, y otra remite más bien al origen de la carne picada y plantea que ésta es el resultado de querer aprovechar los pequeños pedazos de carne pegados al hueso cuando se faena un animal y/o aprovechar partes del animal no tan tiernas o apetecibles para comer entera, entonces teniendo el material “carne picada” a disposición, de los usos más lógicos a nivel productivo son las esferas y discos, ya que se pueden moldear fácilmente a mano

y cocinarse en olla o sartén. Estas, claro, resultan en las albóndigas y hamburguesas. El punto es que podemos aprender mucho haciéndonos estas preguntas acerca del origen de determinadas respuestas expresadas en productos.

Al final del día volveremos a la pregunta de siempre: ¿qué hay de comer? Es el principal deseo mío en calidad de co-fundador de esta revista, que cada vez que surja la pregunta podamos acordarnos de la frase que ofrecemos empáticamente: comes lo que eres...

**!!Buen provecho ahora y siempre!!**

Pedro Reissig, agosto 2020