

“Dulce Patria”: patrimonio, consumo y distinción

A El entorno espacial e histórico

Las 9 de la noche la avenida Masaryk atestigua la saturación de automóviles que van y vienen, que transportan a quienes salen de trabajar de las oficinas situadas en Polanco dirigiéndose a un hogar tal vez cercano, o más probablemente lejano. Sus conductores, por lo tanto, enfrentan con fastidio a los que de pronto se detienen sin ningún tipo de aviso ante el *valet parking* de los numerosos comercios ubicados sobre tal avenida. Dichos automovilistas también entorpecen la circulación de quienes se dirigen algún restaurante, cine, bar, reunión o fiesta —ya sea en la misma zona u otra que implique dirigirse hacia Reforma, Periférico, Ejército Nacional o Mariano Escobedo—. Es notable la ausencia de transporte público en la avenida, estrategia de lucha por un espacio que busca mantener alejados a los que carecen de medios

para acceder a él.¹ La única oferta de transporte público en esta zona corresponde a los taxis, tanto los que llevan pasaje como los que están a la caza del mismo y compiten con aquellos de sitios establecidos —cuyo principal argumento para atraer clientela es una mayor seguridad, aunque esto represente un costo más elevado.

La avenida Masaryk se erige como el eje que ordena la oferta de restaurantes, ya sea los que a la lejanía se ubican sobre las calles de Horacio y Homero, o bien sobre la misma

¹ George Yúdice aborda la restricción del acceso al transporte colectivo a determinadas zonas como una estrategia de segregación; G. Yúdice, “La funkinización de Río”, en *El recurso de la cultura. Usos de la cultura en la era global*, Barcelona, Gedisa, 2002, pp. 137-165.





avenida, cuya mayor concentración se encuentra entre Alejandro Dumas y Julio Verne, como atestiguan los toldos tendidos sobre las aceras, y que dan lugar a una de las escasas zonas con elevado número de transeúntes nocturnos en la zona. Este circuito de restaurantes se complementa con los que se extienden hacia *Polanquito*: un espacio contenido entre Masaryk, Anatole France, Emilio Castelar y Arquímedes, y que coincide aproximadamente con los límites originales de la zona que acogió a las clases medias altas y altas que salieron del centro de la ciudad de México a principios del siglo XX —como parte del crecimiento de una urbe que empezaba a desbordar la traza colonial, proceso que no se ha detenido hasta nuestros días—. Dicha zona conserva el “espíritu europeo” con que se concibió para atraer a dicha población y a distintos grupos de inmigrantes: es decir, una mezcla de pequeños comercios, zonas habitacionales, amplias aceras y zonas verdes como el Parque Lincoln, ubicado sobre Emilio Castelar.

Tal heterogeneidad en la utilización de los espacios² fue ampliada al uso comercial después del terremoto de 1985, cuando las empresas que abandonaron las zonas de devastación transformaron las casonas de estilo colonial californiano en oficinas, mediante su adaptación o reconstrucción. Esto dio pie a edificios con distintos usos que ahora predominan en la zona que

² La construcción de diferentes ciudades en un mismo espacio (la ciudad de México) da cuenta de las etapas acumulativas en el desarrollo de la misma; N. García Canclini, “Las cuatro ciudades de México”, en *Cultura y comunicación en la ciudad de México*, México, Grijalbo/UAM, 1998, pp. 19-39.

circunda a *Polanquito*, lo que ha elevado la peculiaridad de este enclave con respecto a sus vecinos y, por ende, su ya de por sí alto valor inmobiliario. Dicha plusvalía fue adquirida sobre todo a finales de la década de 1990, cuando se gestó un retorno de algunos habitantes que habían abandonado la zona para mudarse a Tecamachalco, Lomas Altas o Bosques de las Lomas, entonces regiones periféricas concebidas para quienes buscaban vecindarios con trazas que permitieran volcarse en lo privado, en contraste con la vida

pública que hasta entonces preveía en el diseño de espacios urbanos, incluido el del antiguo Polanco.

Este regreso ocasionó que junto con ellos hicieran su presencia en la zona *boutiques* de marcas globales dirigidas al consumo de lujo, y que de esta manera entraban o se consolidaban en el país mediante un espacio sobre la avenida Masaryk, confiriéndole a la misma un paralelo con circuitos internacionales y destino obligado en tanto emplazamiento simbólico de cualquier empresa que pretendiera llegar a los consumidores de mayor poder adquisitivo en nuestro país. Sin embargo, el tejido social que caracterizaba a Polanco antes de la migración de finales de 1980 —según los antiguos colonos— ya no fue recuperado debido a una población flotante y anónima que hace uso tanto de las instalaciones comerciales como de las oficinas, aunado a la percepción —por parte de ese mismo grupo— de una invasión de “advenedizos”, pues con ello se hace patente una mayor diversidad al instalarse en edificios de departamentos construidos en los predios correspondientes a las antiguas casonas derruidas.

Polanco atestigua también la presencia de diversos bancos mediante una elevada concentración de sucursales sobre sus avenidas principales, por lo que su función como mojon³ —a veces disminuida por la presencia de la misma institución financiera repetidas veces sobre la misma calle— permite, junto con otros comercios, aprehender los nombres de las calles más fácilmente que en las correspondientes señalizaciones.

³ K. Lynch, *La imagen de la ciudad*, Barcelona, Gustavo Gili, 1998.

Tal es el caso del Bancomer ubicado sobre Masaryk y Oscar Wilde, que posibilita encontrar, con ayuda del delta que forma esta calle con Anatole France, el hotel “Las Alcobas”, en cuyo costado se anuncia el restaurante “Dulce Patria”.

La llegada de los comensales

Si bien la zona es relativamente oscura, tal comercio puede ubicarse por la fila de camionetas y vehículos deportivos de modelo reciente que esperan su turno para ser recibidos por el *valet parking* del establecimiento. La cada vez mayor dimensión de estas camionetas atestigua el crecimiento de los vehículos que las empresas automotrices emprenden anualmente para satisfacer a clientes ávidos de mayores espacios personales ante el embate de una modernidad que los reduce, y cuyo espíritu queda resumida acertadamente en la frase de la campaña publicitaria de la empresa Renault para uno de sus nuevos modelos: “¿Y si el verdadero lujo fuera el espacio?” Al mismo tiempo que tales vehículos ayudan a ensanchar la burbuja personal móvil, su función como medio de transporte es complementada por la de emitir un mensaje de pertenencia, tanto a una clase como a una comunidad de consumidores con acceso cotidiano a “productos aspiracionales”.⁴ De igual modo, son empleados como símbolos con pretensiones a desempeñarse como metáforas de tamaño y poderío por parte de sus usuarios. A este último uso se añade la utilización de escoltas o guaruras que esperan a alguno de los

comensales que se encuentran en el interior del establecimiento, y cuya presencia confiere prestigio no sólo al contratante de sus servicios, sino al restaurante que ese comensal frecuenta. Tal sensación de seguridad —o de vigilancia, según la perspectiva— es reforzada por algunas cámaras de video que discretamente participan de la acción de la calle.

La ambientación

La iluminación a media luz en la entrada del restaurante “Dulce Patria” ayuda a proveer un cierto ambiente de teatralidad, junto con sus paredes en blanco formadas por paneles giratorios hacia el interior, que dan la sensación de poder cerrarse en cualquier momento para resguardar lo que se intuye acontece adentro y anuncia que el espectáculo lo constituyen los mismos comensales, a través de la escasa pero efectiva información que se logra vislumbrar. La puerta de dos hojas en tonos fucsias —tal vez evocando a la tonalidad próxima “rosa mexicano”—, con sólo una de ellas abierta, invitan a formar parte de la exhibición dentro del restaurante y hacen manifiesta cierta exclusión en torno a quienes pueden participar en la misma. La entrada muestra además esculturas metálicas de cactus solitarios, con tallos columnares y unos rosetones escarbados en una franja metálica dorada, elementos que evocan una naturaleza fría e inorgánica, así como elementos geométricos presentes en las iglesias, tal vez con el propósito de crear ambientes con la luz que deja pasar el sol.

En el recibidor destaca la madera sólida y opulenta en tonos chocolate que contrasta con el exterior “inorgánico” y la sonrisa perpetua de la *hostess*, cuyo aspecto y trato impecable se da a la tarea de separar a los posibles comensales a partir de diferentes criterios, entre ellos el contar o no con reservación: para los que cumplen con este requisito el acceso es más rápido; pero si además son clientes asiduos o conocidos, entonces la entrada es expedita. Este último criterio quizá sea el de



⁴ J. Baudrillard, *El sistema de los objetos*, México, Siglo XXI, 2010. En la jerga de la mercadotecnia, aquel producto “enfocado a los deseos y no a las necesidades” y que se dirige a un reducido grupo de consumidores con cierta capacidad económica que se espera sirva como modelo a otros sectores de compradores. En este sentido resulta pertinente la discusión de Baudrillard acerca de necesidad de diferenciación sobre aquella funcional; J. Baudrillard, *La sociedad de consumo. Sus mitos, sus estructuras*, México, Siglo XXI, 2007.

más peso para tener acceso, aun sin haberse tomado la molestia de anticipar la intención de comer o cenar en el recinto. Quienes permanecen en el recibidor, por haberse presentado sin reserva, deberán esperar a que alguna de las mesas ocupadas se vacíe, pues las pocas que no tienen comensales se mantienen así para dar cabida a los que anticiparon su asistencia, o a quienes no necesitan hacerlo. La función de la *hostess*, por tanto, consiste en la búsqueda de la química homogeneización de la clientela, asegurándose de que ésta se encuentre representada por “gente bien”, noción elitista que conlleva elementos étnicos y de clase, pero sobre todo de suficiencia de recursos económicos y simbólicos, y que por extensión confieran un halo distintivo al establecimiento, incluido entre los lugares significativos para determinados grupos sociales. Es sugerente que la función de discernir eficientemente entre los posibles clientes recaiga sobre una persona ajena a las redes sociales de quienes se desea privilegiar el acceso. Esto nos habla del reconocimiento de códigos de los que “pertenecen” y de los que no, producto seguramente de su desenvolvimiento en ambos medios,⁵ y que les permite una cierta familiaridad para ordenar más selectivamente a los posibles clientes.

La teatralidad que se adivinaba en el exterior se hace patente con el ambiente creado a partir de una iluminación tenue, pero aderezada con una paleta de tonos ámbar, oro y naranja que delimita los diferentes espacios, en conjunto con las divisiones de cristal que sólo dejan asépticamente pasar la mirada. Una reinterpretación de los colores de la bandera nacional se hace presente a través del piso escarlata con acentos dorados: el blanco es provisto por las paredes, los largos y espesos manteles en las mesas y la vajilla que se adivina suave al tacto, sin ángulos aparentes; el verde es provisto por algunas plantas colocadas discretamente en algunos



rincones. Si bien los tonos no concuerdan con los representados en el emblema patrio, necesariamente remiten a él, lo cual permite reflexionar en los elementos como significativos en su combinación más que en su individualidad, así como en la diferente apropiación de los mismos y de cómo en su uso por los sujetos se realiza una diferenciación, aun cuando el referente sea el mismo.

El resto de los elementos refuerzan la función del restaurante como escenario de la representación de las relaciones sociales: al centro hay una escalera de caracol que, con cierto dramatismo, lleva hacia el área de terrazas superiores, donde es posible una mayor intimidad gracias al reducido número de mesas, y cuya vista hacia el exterior de Polanco confiere a la visibilidad un lugar preponderante en la experiencia junto con el jardín, que permite reordenar lo exterior con lo interior de manera cuidadosa.

El mobiliario tinto y negro confiere al espacio una atmósfera de suntuosidad, que junto con las columnas doradas nos recuerda vagamente a una iglesia, lugar en que también se privilegian unos sentidos sobre otros para llevar el enfoque de la experiencia culinaria a situaciones controladas. La música tenue, descrita por la *hostess* como “ambiental mexicana” es totalmente anodina, junto con las separaciones de espacios referidas —en realidad el género es lo de menos, puede clasificarse a ratos como instrumental, académica, *lounge*, etcétera, lo importante es que no interfiera con el acto de comer y suene lo suficientemente “mexicana”—. Además, los olores contenidos en la cocina, casi totalmente invisible, hacen que el oído y el olfato, con su tendencia tanto a conglomerar como a confundir, sean desplazados en primera instancia por la vista, la cual permite distinguir nítidamente los elementos separados,⁶ que en este caso presentan una sobriedad que de lo barroco⁷ sólo conservan los tonos y algunos elemen-

⁵ R. Hoggart, “Desarraigados e inadaptados. El becario”, en *La cultura obrera en las sociedades de masas*, México, Grijalbo, 1990, pp. 241-252.

⁶ E. Hall, *La dimensión oculta*, México, Siglo XXI, 2005.

⁷ Una buena descripción acerca de la inherente teatralidad del barroco a través de los diferentes sentidos puede apreciarse en M. Galí Boada, “Cuerpos, túmulos y reliquias. Cuerpo y muerte

tos que permiten intuirlo, sin ser subyugado por su presencia.

El tiempo que se detiene

Tal parece que el tiempo se detuviera, pues no hay ningún indicador de cómo transcurre y ello provoca que la sensación de espacio se ensanche, rasgo acusado por el caminar parsimonioso y tranquilo del personal del restaurante, que en ningún momento parece verse atribulado por alguna premura o urgencia, pese a estar siempre atentos de las mesas. Asimismo, las distancias siempre son conservadas: la capitana y los meseros en ningún momento invaden el espacio de los comensales, ni siquiera cuando se dan a la tarea de retirar platos vacíos que anuncian la llegada del siguiente platillo a degustar.⁸ Para ello ingeniosamente despliegan sus habilidades para asegurar que sus corporeidades permanezcan el menor tiempo posible sobre el área que demarca la mesa y ocupa el comensal en turno.

Los comensales

La vestimenta, el corte de cabello, el caminar, el mirar, todos son elementos a desplegar en el escenario y que permitirán apropiarse de él o comunicar la pertenencia al mismo, pues tanto los clientes como los objetos dispuestos en el espacio funcionan como mensajes del ámbito que se construye. Por ser día viernes, en la noche predominan hombres y mujeres de mediana edad con vestimentas formales: trajes y conjuntos. En una mesa los tres comensales se encuentren en una cena de negocios, como prueba el trato formal entre ellos, uno de los cuales, posiblemente extranjero y de



visita en esta ciudad mundial,⁹ recibe consejos de los otros dos que señalan la carta, tal vez recomendándole algún platillo. Lo anterior sugiere que la diversidad cultural de los comensales es construida en el ámbito internacional más que local.

La mesa de junto, con cuatro mujeres y sendos acompañantes varones, presenta dinámicas lúdicas, sobre todo por parte de ellas, lo que hace adivinar una reunión de amigas después del trabajo con sus respectivas parejas, pues las mujeres interactúan entre ellas de manera más fluida que los hombres, quienes parecen conversar de uno en uno o con intermediación de alguna de las mujeres más que como grupo compacto. Otra mesa la compone lo que parece ser una pareja de alrededor de sesenta años con otra pareja en sus treintas, quizá la hija y su marido, como parece atestiguar la disposición en las sillas: el posible yerno parece haber quedado confinado y con la espalda hacia el salón, como personaje secundario, mientras la mujer ocupa una posición lateral que le permite mirar hacia el área del recinto.

Otra de las mesas presenta una excepción en cuanto a edad y apariencia: una pareja de entre 25 y 30 años, cuya indumentaria se revela más casual que la de los otros comensales, por lo que para ellos esta cita representa el inicio de la noche, después de la cual tal vez asistirán a alguna fiesta o bar. La mujer viste un conjunto informal que deja adivinar una figura delgada y proporcionada: el blusón suelto alrededor de los hombros descubiertos, y un cinturón que se encarga de ceñir y concentrar la atención en el talle.¹⁰ La vesti-

según el discurso religioso del barroco”, en L. Chazaro y R. Estrada, *En el umbral de los cuerpos*, México, El Colegio de Michoacán/BUAP, 2005.

⁸ David Oseguera reflexiona acerca de la ordenación diacrónica de los platillos para los mexicanos: entrada, sopa, platillo principal y postre como una forma de marcación del tiempo para el comensal. De igual modo tal delimitación temporal se da a través del día, de los periodos, etcétera, noción que es utilizada en el presente trabajo; D. Oseguera Parra, *Herederos diversos y conversos. La formación de la cultura alimentaria colimense*, México, Conaculta-INAH, 2003.

⁹ U. Hannerz, “El papel cultural de las ciudades mundiales”, en *Conexiones transnacionales. Cultura, gente, lugares*, Valencia, Cátedra, 1998, pp. 205-225.

¹⁰ En relación con la función ambivalente del vestido para

menta de él parece ser la de los “viernes casuales” en la oficina: camisa ajustada al torso, de manga larga y con los dos botones superiores abiertos, para mostrar el pecho seguramente *trabajado* en algún gimnasio. La cercanía entre ambos hace suponer algún tipo de relación sentimental, así como la fluidez en su conversación, en la cual se pueden apreciar escasos silencios provocados por los bocados o tragos de los interlocutores, sobre todo de él, pues ella ha dejado en el plato una porción importante de alimento cuando pide que le sea retirado.

Alimentando la distinción

Tal sucesión de platillos permite concentrar en el gusto la percepción del espacio, pues la comida es uno de los motivos que reúne a los comensales en el recinto, además que el discurrir diacrónico de las viandas permite pautar el transcurso del tiempo y, por tanto, su conquista gracias al remplazo de los platillos.

Es a partir de la alimentación, práctica asociada mayoritariamente al ámbito privado en otras sociedades, como ahora se construyen y modifican las formas de ser visto, tanto pública como socialmente. Así, la asistencia a restaurantes se constituye como uno de los modos no sólo de configurar la identidad, sino también de la pertenencia a la sociedad.¹¹ La posibilidad de ingerir alimentos minuciosa y recientemente preparados habla también de poder distinguirse en una sociedad cuya alimentación se perfila como industrializada para las masas.

La preparación e ingesta en público de esos platillos se perfila como un ritual, donde el consumo de alimentos tradicionales mexicanos, *reinterpretados* con un toque distintivo, transforma las estructuras significativas que las viandas adquieren por su raigambre en el pasado,¹² y se proyectan usos e innovaciones que pre-

cubrir y resaltar determinadas partes del cuerpo, véase J. Toro, “Cuerpo, vestido y papel social de la mujer: prehistoria e historia”, en *El cuerpo como delito. Anorexia, bulimia, cultura y sociedad*, Barcelona, Ariel, 1996.

¹¹ D. Oseguera Parra, *op. cit.*

¹² J. C. Aguado y M. A. Portal, *Identidad, ideología y ritual*, México, UAM, 1992.

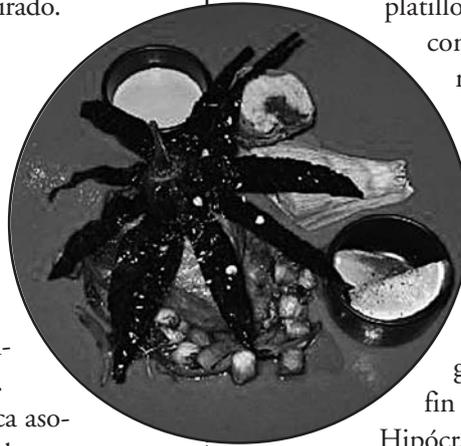
tenden significar el uso emblemático de las mismas no sólo como pertenencia e identificación histórica en tanto mexicanos, sino como diferenciador de clase.

Así es posible apreciar el diferente uso que se le da al patrimonio culinario como expresión de todo aquello que ha producido una sociedad.¹³ Si esto se analiza en función de las clases sociales, lejos de sólo unificar también da la posibilidad de apropiarse de él de forma distintiva. Es a partir de una cierta narrativa de los platillos que los mexicanos reconocemos

como nuestros que se hace referencia al mito de pertenencia identitaria,¹⁴ en función de los ingredientes utilizados como base o componentes principales de los mismos. Esos platillos revelan profundidad histórica mediante el sincretismo de sus ingredientes, lo cual nos hace reflexionar sobre los diferentes orígenes de la dieta del mexicano —al fin *somos lo que comemos*, según diría

Hipócrates—; además permite ubicar geo-

gráficamente los límites de lo que es ser mexicano, y evoca la memoria colectiva en tanto se disparan resortes emotivos, individuales y colectivos, que remiten al significado de “lo nacional”. Por otro lado, la incorporación de otros elementos hace posible preservar el mito a través de la reinterpretación: si lo que caracteriza a la cocina mexicana es su sincretismo, la *nueva cocina contemporánea mexicana*¹⁵ es una fusión que a su vez da cuenta de una actitud de recuperación y de resignifica-



¹³ G. Bonfil Batalla, “Nuestro patrimonio cultural: un laberinto de significados”, en J. Cama Villafranca y R. Witker Barra, *Memoria del Simposio Patrimonio y Política Cultural para el siglo XXI*, México, INAH, 1994.

¹⁴ L. Krader, *Mito e ideología*, México, INAH, 2003.

¹⁵ Se da este nombre a un movimiento culinario emprendido por la llamada “generación de los 90”, jóvenes egresados de escuelas privadas o extranjeras que dieron pie a una cocina mexicana con influencia de la gastronomía mediterránea, de altura o fusión, y cuyos miembros son ahora grandes figuras de la gastronomía nacional, como Martha Ortiz Chapa, propietaria y chef principal de “Dulce Patria”; Guillermo González, fundador de Grupo Pangea; y Josefina Santacruz, chef fundadora de “Pámpano”, con sucursales en Nueva York, la ciudad de México y Acapulco, entre otros

ción en un mundo culinario globalizado, ante el cual se reinventa lo local como una forma de insertarse en él, dando cuenta de cómo la relación de la sociedad con el patrimonio tiene una dinámica cambiante en el tiempo.

Profusión de símbolos

La forma de acceder a esa oferta culinaria es mediante la carta del restaurante “Dulce Patria”, que enlista platillos diferentes de acuerdo con el momento del día, es decir, para la comida o para la cena, lo cual representa la demarcación del tiempo de acuerdo con los alimentos ofrecidos. En el diseño del menú llama la atención el logo, con reminiscencias de aquellos almanaques que mostraban pinturas de Jesús Helguera: una joven con trenzas negras y sombrero de charro montada a caballo “a la amazona”, ataviada con un vestido simple —que parece evocar el de aquella famosa *Alegoría de la patria* pintada por Jorge González Camarena, la cual ilustraba la portada de los viejos libros de texto gratuitos— mientras sostiene una antorcha. La figura es enmarcada por un agave, un nopal con tunas rojas y un fondo en el cual se observa un volcán que podría ser el Popocatepetl, todos ellos elementos que los mexicanos reconocemos como “nuestros”.

Tales símbolos representan los mojones que delimitan el terreno de la identidad nacional, proceso en el que los signos mencionados se vuelven evidencia tras el continuo uso histórico por parte de un grupo que pretende encontrar un sentido y una estructura para ayudar a sostenerlo a través del tiempo, otorgándole cohesión mediante la socialización de los referentes que también son apropiados por los individuos, y como evidencia que les permiten reconocerse como parte del grupo al mismo tiempo que éste les confiere la memoria.¹⁶

Por tanto, esta representación ya convertida en símbolo, junto con la frase *dulce patria* que se asienta debajo del mismo, remite a una clara visión de diversos conceptos abstractos, en este caso el de un mito iden-



titario de un pasado sin contradicciones; un estado bucólico que representa una época ligada a la Revolución de 1910 pero sin sus conflictos; periodo en el que se buscaba no sólo reconocer, sino conciliar las dos raíces del país: la indígena y la hispánica. Esto tiene lugar mediante una de las formas más inocuas y hedonistas: a través de la comida. Al mismo tiempo, se explica de este modo una transición fluida del pasado al presente, lo cual como mito que es no importa si es falso o verdadero, sólo significa. Esto nos permite reflexionar si el mito fundacional de lo mexicano es uno o son varios en función de las distintas clases sociales, que tan sólo convergen en determinados elementos y funciones, como la de proveer una identidad nacional.

Es así como la contradicción en torno a la apropiación o uso de elementos comunes, erigida según las clases económicas, es salvada en este caso mediante las diferencias de cómo se consumen esos elementos.¹⁷ Su significado es entonces reproducido por medio del consumo cotidiano de alimentos, acción enmarcada en un lugar específico y que, por tanto, permite la construcción de una identidad, permitiendo además reconocerse y ser reconocido como parte de determinado grupo social. Tales mecanismos, al ser aprehendidos por los miembros de la sociedad, se tornan evidencias tautológicas de tales identidades. Es así como los consumidores, distantes de ser pasivos, inventan modos de

¹⁶ J. C. Aguado y M. A. Portal, *op. cit.*

¹⁷ J. Baudrillard, *op. cit.*, 2010.



definir las identidades del grupo y de proclamar la pertenencia al mismo.

Una definición de identidad está incompleta sin la construcción de alteridades; es decir, la delimitación de quiénes son los *otros* que no pertenecen al grupo que se pretende erigir como homogéneo. Esto tiene lugar mediante barreras de entrada como el precio de los platillos —comer en “Dulce Patria” tiene un costo promedio de 800 pesos por persona—, lo que convierte al restaurante en una opción difícilmente asequible para grandes sectores de la población.¹⁸ Si bien el factor económico representa una barrera de acceso, existen limitantes en torno al empleo entendido de códigos como la vestimenta, que otros sectores confieren a ocasiones especiales y estos comensales asocian al uso cotidiano: ello concede cierta experiencia en la forma de llevar cada pieza o accesorio, haciendo parecerla una segunda piel más que un atuendo.

Si bien el rango de precios dista de ser tan sólo una barrera de acceso o un elemento de un consumo diferenciado, también es percibido como una garantía de disfrute de la experiencia: los platillos de mayor precio deberán ser necesariamente los que permitan acceder a sensaciones extraordinarias y, por tanto, su consumo permitirá integrarse al grupo. Tal experiencia no está circunscrita al gusto, sino también a la vista, pues la presentación de cada una de estas viandas tiene la

¹⁸ Gilles Lipovetsky explica el crecimiento del sector lujo en la hipermodernidad gracias a la compra ocasional, pero muy importante, de sectores restringidos en su poder adquisitivo y no por la adquisición de bienes por parte de consumidores de los sectores asiduos; G. Lipovetsky, *El lujo eterno: de la era de lo sagrado al tiempo de las marcas*, Barcelona, Anagrama, 2005.

intención el agradar al ojo, mientras los nombres asignados a los platillos buscan evocar, traer a la mente fragmentos de una vida rural pasada y pausada, que permitía —según el imaginario— una experiencia más cercana al sentimiento que a la razón, a la sensibilidad alejada de la incertidumbre asociada a las metrópolis. Es así, mediante una propuesta estética construida en el recinto, como se pretende contrarrestar el caos percibido en la cotidianidad ciudadana.

En la construcción estética de los platillos se echa mano de elementos como el peltre, anafres miniatura, corralitos de madera y juguetes artesanales, entre otros, que permiten el consumo de significados mediante símbolos que *hacen patria*, que nos ayudan a reconocerla a través de ellos. La función signo de tales objetos miniatura es la conversión de uso útil en algo distintivo, cuyo diseño tiene siempre en mente las proporciones anatómicas de los comensales, para lo cual su elaboración a escala permite un uso adecuado y teatral en una mesa.¹⁹

De este modo los platillos y su diseño comunican, más que la simple necesidad de degustarlos y experimentarlos, elementos concentradores de referentes, tanto de identidad como de diferenciación en su “mal uso”; es decir, la posibilidad de darles un uso que no corresponde a la función concebida para los artículos en que se inspiran: ollas de peltre usadas no para preparar los guisos, sino para servir diversos platillos; corrales a manera de canastitas de pan; juguetes que sólo sirven como decoración.²⁰ Todos estos objetos, en apariencia *fuera de contexto*, en realidad se encuentran recontextualizados: su presencia es testimonio de un pasado, del supuesto origen común como mexicanos, y dan cuenta de lo popular como memoria cultural colectiva en

¹⁹ F. García Olvera, *Reflexiones sobre el diseño*, México, UAM-Azcapotzalco, 1996.

²⁰ La significación de los objetos en función de quienes los usan y de su interacción con otros es explorada por Jesús Martín-Barbero, en cuyo análisis el consumo de bienes tiene a su vez una faceta de reproducción de significados; J. Martín-Barbero, *Procesos de comunicación y matrices de cultura*, México, Felafacs/Gustavo Gili, 1987.

un ámbito en el que por principio parecerían contraponerse, pero hablan de la convivencia del intercambio simbólico con la abstracción mercantil. Este nuevo contexto no los hace semejantes en función, por ejemplo, a los cubiertos con que comparten la mesa, que en un par de años quedarán arrumbados por haber perdido la función distintiva por su diseño de vanguardia y no haber adquirido aún la densidad de significados de los objetos pretendidamente antiguos que ahora acompañan. No obstante, los objetos que evocan el pasado tan sólo integran un repertorio de formas de artículos de consumo que la moda mantiene como significativos, y ello no los libra de que al igual que sus contrapartes en la mesa, terminen olvidados al cabo de cierto tiempo.²¹

De igual modo, tales vaivenes de la moda determinarán cuánto permanecerá el restaurante, la respuesta más que en términos temporales, puede proveerse en términos de significados: durará mientras satisfaga la necesidad de diferenciación y hasta que otro lo sustituya como elemento significativo.

Mediante la descripción y análisis de los procesos que se llevan a cabo en el restaurante es posible entender el patrimonio como aquello que la sociedad considera suyo, en este caso alimentos que *hacen patria*. Tales viandas y su presentación permiten *a)* imaginar a partir innovaciones en dichos elementos que llevan a su propia transformación; *b)* gozar, mediante el disfrute que ofrecen los sentidos al consumir los alimentos, y *c)* expresarse, es decir, apelar a un mito identitario común y diferenciarse en la propia forma de consumir el patrimonio.

Conclusión

Si el patrimonio es lo que produce una determinada sociedad, es evidente que todos aquellos pertenecien-



tes a la misma podrían proclamar un aparente acceso igualitario a la herencia de antepasados comunes. No obstante, tales individuos se encuentran inmersos en determinados ordenamientos sociales, el cual les dará un acceso diferenciado a lo material o intangible que constituye el legado compartido.

El consumo de platillos tradicionales o típicos de nuestro país se erige como un ejercicio donde se evidencian diversos procesos

a partir de los cuales se construye la distinción en la relación con el patrimonio culinario por parte de quienes su posición económica se caracteriza por la abundancia de recursos y/o por un consumo conspicuo.

Los procesos de diferenciación son varios: la ubicación geográfica restringe el acceso a determinados individuos, mientras la construcción del espacio históricamente confiere al mismo un determinado significado simbólico. De esta forma las barreras se erigen en el ámbito material como intangibles; no sólo el precio de los platillos determina quién accede y quién no, y ni siquiera la *hostess* lo decide con su acción de dejar pasar o no: es la familiaridad, la comodidad o el uso eficiente de los códigos empleados en el sitio lo que a la larga hace que determinado comensal pueda considerarse, y ser considerado, como *habitual* del restaurante.

La misma creación de los platillos representa una apuesta por la diferenciación: una porción de quesadillas que contienen entre sus ingredientes piñones o queso de cabra podrían asociarse con lo *gourmet*, pero además cuestan alrededor de cien pesos; por tanto, por un lado se reclama el usufructo de un platillo tradicional, mientras por el otro se generan nuevas formas de diferenciarlo para y en su consumo.

De este modo la interacción con el patrimonio gastronómico tiene una función ambivalente: adherirse a una identidad compartida, pero también conformar alteridades.

²¹ J. Baudrillard, *op. cit.*, 2007.