

## La moda de salir a comer a Palermo - Andén 70

por Staff de Periódico Andén - Viernes, Septiembre 21, 2012

<http://andendigital.com.ar/2012/09/la-moda-de-salir-a-comer-a-palermo-anden-71/>

En la sociedad actual el culto por el tema de la comida ya ha instalado entre nosotros un tipo de cultura que nos ha convertido en una sociedad que vive en una cultura de consumo.

Vale aclarar que esta nota, sobre la comensalidad palermitana de alta cocina, no apunta a divulgar qué alimento o restaurante está de moda, para eso ya contamos con una infinidad de guías de restaurantes y revistas que se ocupan del tema. El foco de atención está puesto en poder ver esta práctica social como un **síntoma de una ciudad como Buenos Aires**, en la cual sus habitantes buscan la acumulación de experiencias de consumo sensitivas y estimulantes.

En este sentido, el **salir a comer a Palermo** no es el simple hecho de alimentarse, el saciar el hambre y sentirse satisfecho. Ni tampoco el especial placer y disfrute que da el comer algo considerado rico. A Palermo no se va a buscar solo un plato de comida, sino una experiencia sensitiva. Ir a un restaurante de alta cocina implica todo un **ritual** cargado de normas, valores, modos, estilos, significados, emociones y estéticas.

El **plus de la comensalidad palermitana** es el estímulo de los sentidos de un modo diferenciado que lleva su "sello". Dado que la gastronomía del barrio se caracteriza por ofrecer una política que clasifica y fusiona los aromas, sabores, sonidos y diseños de los espacios gastronómicos de un modo consagrado que interpela a los sujetos en tanto cuerpos sensibles.

### Salir a comer a Palermo

El polo gastronómico de Palermo es sin dudas un lugar de moda para los ciudadanos, como así un destino obligado para cualquier turista que visita Buenos Aires. El barrio se ha constituido en un espacio de diseño legitimado, que concentra, administra y ofrece lo nuevo en materia de estilos gastronómicos, diseño, indumentarias y demás objetos de vanguardia.

Este tipo de fenómeno urbano está presente en muchas de las grandes ciudades del mundo. El caso local, en su nomenclatura, expresa la dirección de las transformaciones que el barrio ha experimentado en los últimos veinte años. El nuevo Palermo nos habla desde los discursos que lo comercializan: "Palermo Hollywood" "Palermo Soho". Ya no se trata de un típico barrio de casas chorizo, sino de un espacio de distinción, diferenciación y originalidad dentro de la trama urbana.

¿Qué implica que una zona de la ciudad se ponga de moda y haga que muchos de nosotros queramos estar allí? A primera vista, en el marco de la indiferencia que motiva la vida urbana, podemos ver en Palermo un deseo de estar juntos, dado que el barrio en la última década se ha transformado en un lugar de encuentro entre desconocidos y amigos que comparten un

estilo de vida.

Esta **comunidad de la muchedumbre**, entorno a valores y gustos compartidos del “buen vivir”, forma un micro espacio social del “**nosotros**”, **estar-con-otros compartiendo, el consumo individual de experiencias culinarias sofisticadas y placenteras.**

A estos desconocidos, los aglutina la misma búsqueda de vivencias y experiencias placenteras de alta cocina; fuertemente asociada y percibida como artística. Desde esta perspectiva, los chef, en tanto artista y autores creadores de sus platos, no solo cocinan y manipulan los alimentos (de primera calidad), sino que estilizan sus presentaciones, alentando el desarrollo de los sentidos, construyendo un plato con fuerte impronta estética.

La comensalidad individual de la alta cocina se caracteriza porque cada cual atiende su plato, es decir: se comparte la comida como situación, sin compartir la comida como producto, porque los ideales que jerarquizan los comensales hacen que se valoricen las individualidades.

### **El acto mágico**

Para finalizar, vale retomar que lo que aquí se comparte y **se convierte en moda es una misma búsqueda que evoca la creatividad por medio del consumo de la cultura palermitana**; es decir, el consumo mimético se percibe y vivencia como una vía de acceder a la creatividad por medio de la experiencia de alta cocina. De este modo, el consumo viabiliza la fantasía del “como sí” creativo en un contexto social en el cual la coagulación de la acción se hace cuerpo.

Esta búsqueda de creatividad, cobra mayor sentido explicativo al situarla en el marco teórico, desarrollado por el Dr. Adrián Scribano -ver entrevista publicada en esta edición?

---

"Reproduzca esta información, hágala circular por los medios a su alcance: a mano, a máquina, a mimeógrafo, oralmente. Mande copia a sus amigos; nueve de cada diez las estarán esperando. Millones quieren ser informados. El Terror se basa en la incomunicación. Rompa el aislamiento. Vuelva a sentir la satisfacción moral de un acto de libertad". (Rodolfo Walsh)