

¿CUECES O ENRIQUECES? GÉNERO, COCINA Y REPRESENTACIÓN EN EL CINE CONTEMPORÁNEO

PERHAPS A PICH OF SALT? GENDER, COOKERY AND REPRESENTATION
IN CONTEMPORARY CINEMA

Manolo Dos Ramos
Universitat Jaume I de Castellón

RESUMEN

Las viejas dicotomías en torno al espacio público/privado ubican a las mujeres en el segundo, y más concretamente en la cocina, como una suerte de imposición cultural que tiene más de ocupación abnegada que del componente hedonista asociado a los placeres de la buena mesa. A menudo, el cine se interesa por historias y argumentos relacionados con el mundo de la cocina, las celebraciones gastronómicas o la importancia cultural de determinados alimentos. Resulta muy interesante detenerse en el rol de las mujeres en este contexto e interrogarse acerca de las representaciones propuestas por las ficciones cinematográficas. A lo largo del análisis de diferentes películas irán aflorando elementos y rasgos de caracterización propios que nos ayudarán a determinar qué parámetros se ponen en juego desde el punto de vista del género en este tipo de ficciones.

Palabras clave: cine, gastronomía, *food studies*, *food film*, género y representación, *chick flick*.

ABSTRACT

Old dichotomies between public and private spheres locate women in the latter, more specifically in the kitchen, as a type of cultural imposition more related to selfless toil than to the hedonism associated with the pleasures of eating well. The cinema often shows interest in stories and plots related to the world of cookery, gastronomic celebrations or the cultural importance of specific foods. Consequently, it is of great interest to delve into the role of women in this context and to question the representations put forward by cinematographic fictions. In this essay we will analyse different films and different elements a features of women's portrayal will surface which will help us to determine from a gender perspective which factors come into play in these types of fictions.

Keywords: cinema, gastronomy, *food studies*, *food films*, gender and representation, *chick flick*.

SUMARIO

1. -La cultura de la buena mesa, ¿un asunto de mujeres? 2. -Pelis para chicas. 3. -Los fogones, el amor y las *pelis para chicas*. 4. -Hechiceras modernas. 5. -Y a modo de postre... una conclusión. 6. -Bibliografía.

1. La cultura de la buena mesa, ¿un asunto de mujeres?

Por empezar de manera directa, traemos a colación aquel viejo dicho machista que dice que el lugar de una mujer está en el hogar y más concretamente en la cocina. El mundo de los fogones como epicentro del universo de las mujeres en la sociedad patriarcal, como último reducto real y simbólico donde ellas pueden ejercer sus poderes y derechos otorgados. Esta es una idea transmitida generación tras generación y naturalizada hasta el punto de devenir, o casi, axioma cultural. No en vano, las primeras críticas hacia semejante construcción cultural se harán escuchar ya en los albores del movimiento feminista. Nos referimos a las viejas dicotomías relativas a la delimitación del espacio en categorías de público/privado, fomentadas por las dinámicas patriarcales y que ubican al hombre en el primero y a la mujer en el segundo, es decir, la consabida consideración del hombre como ser eminentemente social y de la mujer como ser eminentemente doméstico. Así pues, mientras las prioridades de la agenda feminista siguen centradas en la necesidad de deconstruir y derrocar semejante dicotomía, desarrollando estrategias para acabar de una vez por todas con la invisibilidad social de la mujer y su discriminación, nos encontramos, sin embargo, con una realidad que sigue asentada en inercias del pasado. Si nos atenemos a los discursos propios de una sociedad de consumo, al lenguaje de la publicidad o demás productos audiovisuales seguimos tropezando con la certeza de que los mensajes comerciales relativos al universo de los fogones siguen teniendo un destinatario esencialmente femenino. En el caso concreto de España podemos observar una paulatina incorporación de los hombres en el *target* comercial de algunas campañas¹, ahora bien, dicha tendencia se nos antoja de todo punto anecdótica si nos fijamos en un contexto más amplio.

Con el transcurso de los años hemos descubierto que los placeres de la buena mesa están llamados a trascender los confines del espacio privado para alcanzar no solo visibilidad social sino un prestigio cultural a nivel mundial. Un antecedente histórico lo

¹ Como ejemplo ilustrativo de esta tendencia puede consultarse *online* el siguiente anuncio perteneciente a la campaña de promoción de Knorr España: http://www.youtube.com/watch?v=Qa8tWp_oGpY&list=PLE3135C511D817BD7&index=1. Accedido el 8 de abril de 2013.

encontramos en la impronta de los grandes cocineros de la gastronomía francesa, tales como François Vatel o Antonin Carême, consagrados por el servicio prestado a monarcas de su época y considerados pilares de la cultura gastronómica oficial. No obstante, para aproximarnos un paso más a nuestro campo concreto de interés –mujer y representación en ficciones cinematográficas contemporáneas sobre temas gastronómicos– pasamos a enlazar con aquellos que han devenido en herederos legítimos del prestigio de los grandes cocineros del pasado, nos referimos a la figura de los chefs mediáticos del presente. Por acotar el tema a nuestra geografía, podemos señalar la importancia y la popularidad de figuras tales como Juan Mari Arzak, Karlos Arguiñano, José Andrés Puerta, Sergi Arola, Alberto Chicote o, por supuesto, el número uno a nivel mundial, Ferràn Adrià.

Nótese el cambio operado al trascender las paredes de la cocina, los muros de aquel espacio privado reservado históricamente a las mujeres: el componente de éxito y de prestigio social es otorgado de manera altamente asimétrica a los hombres. De modo que el cambio producido no es otro que un cambio de sexo. Resumiendo: lo que tradicionalmente se considera como un espacio para las mujeres, se transmuta en una realidad diferente cuando la ecuación incluye nuevos factores como el prestigio mediático o social. Es algo que expresa muy bien el humorista gráfico valenciano Ortifus con motivo de la campaña de concienciación por la igualdad *Te corresponde, nos corresponde* presentada por el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad durante el año 2012. Sobran las palabras.



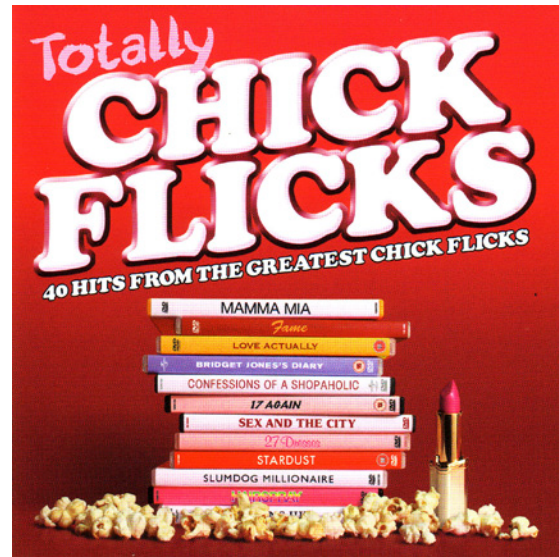
2. Pelis para chicas

Detengámonos ahora en el escenario de las ficciones cinematográficas. Las dinámicas propias de un sistema capitalista en continuo e imparable proceso de afinación exigen la creación de un lenguaje comercial progresivamente específico. Desde que surgió la noción de *blockbuster* (producción comercial destinada a *reventar taquillas*) a partir de los setenta del pasado siglo con éxitos rubricados por la marca Spielberg o George Lucas, los ejecutivos de los grandes estudios de Hollywood empezaron a perfeccionar su propio argot, una lengua apta para determinar a quiénes se dirigen sus proyectos futuros. Naturalmente, hablamos del *target*

al que va destinado una producción cinematográfica concreta. Así pues, surgen denominaciones como *teen film* (película para adolescentes), que a su vez admite variaciones específicas como *teen comedy* o *teen horror*, en función del género al que se adscriban.

Y entrando ya en el terreno que nos interesa, nos encontramos con la denominación *chick flick*, o para entendernos, *pelí para chicas*. Según la definición dada por el New Oxford American Dictionary, «*chick flick* es un término de jerga para referirse a un género cinematográfico que se ocupa principalmente de temas como el amor y el romance y está diseñado para atraer a un amplio sector de la audiencia femenina»² (Stevenson & Lindberg, 2010: 300). No vamos a entrar en debates sobre la configuración de semejante etiqueta, su justificación o su pertinencia. Tampoco nos interesa conocer hasta qué punto está legitimada hoy día, nos basta con saber que existe y es utilizada ampliamente desde finales de la década de los ochenta del pasado siglo³.

Así pues, tenemos que la sustancia amorosa o romántica es aquella que comparten todas las *pelis para chicas*. Por poner algunos ejemplos representativos, podemos citar *Una rubia muy legal* (2001), *Princesa por sorpresa* (2001), *El diario de Noa* (2004), *El diablo se viste de Prada* (2006), *Encantada* (2007), la saga *Crepúsculo* (2008-2012) o *Sexo en Nueva York* (2008) y sus secuelas. Como puede deducirse de los títulos enumerados, el género estrella dentro de las así llamadas *pelis para chicas* es la comedia romántica⁴, si bien admiten variaciones genéricas que generalmente oscilan entre el drama y otros géneros como pueden ser el cine de terror o el musical, por citar solo algunos.



Portada de un recopilatorio de canciones incluidas en *chick flicks*.

² «Chick-flick is a slang term for a film genre mainly dealing with love and romance and designed to appeal to a largely female target audience». Todas las traducciones del inglés al castellano son del autor de este artículo.

³ Para mayor información puede consultarse el artículo de Jessica Bop *What is a chick flick* en: <http://www.examiner.com/article/movies-101-what-is-a-chick-flick>. Accedido el 3 de abril de 2013.

⁴ La sistematización del proceso ya es un hecho en Estados Unidos la fecha de estreno predilecta para este tipo de producciones es la víspera del día de los enamorados, el catorce de febrero.

Como valor en alza en el contexto de la gran industria cinematográfica, las *chick flicks* están conquistando posiciones nunca imaginadas. El fin de semana del 10 de agosto del año 2010 se enfrentaron en la cartelera norteamericana dos producciones antitéticas: por un lado, la *chick flick* de Julia Roberts *Come, Reza, Ama*, y por el otro, la nueva ración de violencia y músculos a cargo de Sylvester Stallone, *Los mercenarios*. Ambos estrenos medían sus fuerzas en un número similar de salas (3082 para la de Julia Roberts frente a las 3270 de la pandilla de Stallone), y si bien *Los mercenarios* se impuso a *Come, Reza, Ama* también es verdad que la diferencia no fue sangrante. Durante aquel fin de semana, Stallone se embolsó casi treinta y cinco millones de dólares, mientras que la cinta de Julia Roberts recaudó unos dignos veintitrés millones, atesorando la segunda posición dentro de la animada tabla de recaudación veraniega⁵.

Con todo, el dato más curioso de semejante duelo lo encontramos en la misma definición de *chick flick*. Porque si consideramos la película de Julia Roberts como ejemplo paradigmático de *película para chicas*, ¿qué denominación cabe aplicar a *Los mercenarios* de Stallone? Desde luego, en el argot de los ejecutivos de los grandes estudios no existe un término equivalente, es decir, no existe una *guy flick*, o *película para tíos*. ¿Qué significa todo esto? En primer lugar, que las *películas para chicas* no se oponen a unas hipotéticas *películas para chicos*, sino a algo mucho más vasto, complejo y asimétrico, es decir, se oponen a *todo lo demás*, léase, a todos los demás *blockbusters* que, al menos hasta ahora, tenían un destinatario inequívocamente masculino.

En otras palabras, si en el juego de Hollywood nos encontramos con que la carta de mayor valor es el *blockbuster*, no resulta arriesgado afirmar que la inercia patriarcal le otorgó desde un principio un destinatario masculino, unas maneras, unos patrones y unos lugares comunes que poco o nada tienen que ver con las así llamadas *chick flicks*. Ahora bien, ¿qué pasa cuando una *película de chicas* por antonomasia (¡toda una saga!) como *Crepúsculo* alcanza la categoría de *blockbuster*? De entrada, lo que ocurre es que el arte de *reventar taquillas* deja de tener una configuración estrictamente masculina y en consecuencia las fórmulas comerciales manejadas y patentadas por Hollywood deberán ser revisadas a la luz de las nuevas exigencias del nuevo público femenino dispuesto a llenar las salas⁶.

En principio, se trata de un dato alentador, y decimos *en principio* porque es pronto para sacar conclusiones. Ahora mismo resulta prioritario interrogarse sobre la naturaleza

⁵ Datos obtenidos de la web imdb.com, The Industrial Movie Database.

⁶ Sobre la configuración del nuevo público adolescente femenino puede consultarse el artículo de Kathleen Rowe, «Scream, la cultura popular y el feminismo de tercera ola» (2005), en el que su autora señala los cambios experimentados por la audiencia femenina por las ficciones audiovisuales difundidas por el *mainstream*.

y configuración de las *chick flicks*. Un vistazo general sobre la producción acumulada a lo largo de estas últimas décadas, nos lleva a determinar la existencia de dos grandes corrientes que funcionan casi a modo de *subgéneros*, una de ellas es lo que podríamos llamar *película sobre bodas*, mientras que la otra es aquella que aglutina títulos y argumentos relacionados con la comida, su preparación y la cultura gastronómica. Y ahora sí, entramos en materia.

3. Los fogones, el amor y las *pelis para chicas*

He aquí el listado de películas seleccionadas:

1. *Como agua para chocolate* (1992, Alfonso Arau, México)
2. *American Cuisine* (1999, Jean Yves-Pitoun, Francia)
3. *Chocolat* (2000, Lasse Hallström, USA/Francia)
4. *Woman On Top* (2000, Fina Torres, USA)
5. *Deliciosa Martha* (2001, Sandra Nettelbeck, Al/It/Austria/Suiza)
6. *Caramel* (2007, Nadine Labaki, Francia/Líbano)
7. *Fuera de carta* (2008, Nacho G. Velilla, España)
8. *Julie y Julia* (2009, Nora Ephron, USA)
9. *Bon Appétit* (2010, David Pinillos, Esp/Al/Suiza/It)
10. *Come, Reza, Ama* (2010, Ryan Murphy, USA)

En primer lugar, constatamos que las *pelis para chicas* con ingredientes gastronómicos tienen una procedencia dispar. Tan solo cuatro de las diez películas escogidas suponen ejemplos típicos de la *película para chicas made in Hollywood* (*Chocolat*, *Woman On Top*, *Julie y Julia* y *Come, Reza, Ama*). Así como en Estados Unidos la *chick flick* por excelencia prefiere títulos y argumentos referidos a bodas, será en Europa donde el filón gastronómico tenga aún mayor tirón.

La totalidad de la muestra seleccionada manifiesta un predominio genérico de la comedia romántica con elementos dramáticos, mientras que una parte significativa de la misma se ocupa del asunto gastronómico de manera anecdótica. Es decir, en numerosos casos el tratamiento que proponen del mundo de los fogones resulta superficial, un mero telón de fondo para la historia que nos están contando. Así, tanto en *American Cuisine* (1999), como en *Fuera de carta* (2008) o la más reciente *Bon Appétit* (2010), la comida y el arte de su preparación, están al servicio de la típica historia de superación personal o de la consabida trama romántica. La mayor novedad argumental reseñable es la condición de homosexual del protagonista de *Fuera de carta*, el propietario de un restaurante con

aspiraciones a ingresar en la guía Michelin. Por lo demás, el mundo diegético descrito en ellas es típicamente masculino y supone un fiel (y rutinario) reflejo de la consideración mediática de los grandes chefs.

Mayor interés merecen las dos coproducciones *Deliciosa Martha* y *Caramel*. En ellas sí que encontramos una importancia del elemento gastronómico que las lleva a trascender lo meramente anecdótico para ahondar en un sustrato cultural y, por qué no, existencial. Conviene destacar que, a diferencia de los títulos previamente mencionados, ambas películas están dirigidas por mujeres. En la primera de ellas, *Deliciosa Martha* (Sandra Nettelbeck, 2001), nos encontramos con la historia de Martha Klein, una reputada cocinera cuyo dominio del arte culinario no se corresponde con el dominio y el orden de sus emociones. Los ingredientes fundamentales del oficio de Martha son la precisión, el rigor y cierta frialdad científica, cualidades que, aplicadas a su vida personal, arrojarán un saldo de inestabilidad emocional. La película plantea con sutileza reflexiones sobre la idea del goce, y se sirve de la comida como hábil metáfora conductora. Martha es incapaz de disfrutar de los manjares que ella misma prepara, de hecho se muestra como abiertamente inapetente y parece atrapada en un círculo de insipidez existencial. Para ella, la cocina es una profesión que se nutre de cantidades milimetradas e ingredientes bien escogidos, sin más. La irrupción de un personaje de *sangre caliente*, el chef italiano interpretado por el actor Sergio Castellito, le ayudará a comprender las limitaciones que ella misma se impone. En este sentido, a la comida se le otorga una nacionalidad y un carácter propio. La pasta italiana, con su sabor, su



Fotograma de *Deliciosa Martha* (*Bella Martha*, Sandra Nettelbeck, 2001).



Fotogramas de *Caramel* (Nadine Labaki, 2007).

connotación cultural y su pasión *al dente*, deviene en antídoto existencial para la frialdad germánica. Martha descubrirá que es preciso incluir en su vida condimentos como el sentido del humor y una pizca de caos si quiere aprender a disfrutar del arte culinario. Asimismo, comprenderá que hay alimentos que no requieren de plato ni tenedor para ser saboreados debidamente. *Deliciosa Martha* sitúa en su eje central la comida para desplegar un honesto y creíble estudio de caracteres. Sorprende el tono arisco que el personaje protagonista impone al conjunto (alejándolo de la comedia romántica al uso), y tan solo cabe reprocharle la recurrencia fácil al cliché cultural asociado al personaje de Sergio Castellito, un tanto bufón y acostumbrado a cocinar mientras entona el *Volare* de Domenico Modugno.

Caramel (2007) no es una película sobre gastronomía en sentido estricto pero merece sobradamente ser incluida en nuestra selección. Dirigida por la realizadora libanesa de publicidad y videoclips Nadine Labaki, coincide con *Deliciosa Martha* a la hora de proponer un vívido retrato no de una mujer, en este caso, sino de un amplio cuadro femenino, a saber, el de las trabajadoras de un salón de belleza en el Beirut contemporáneo. La película se inicia con una cálida secuencia que describe el proceso de elaboración de la pasta de caramelo y termina mostrando un uso insólito para el espectador occidental: en Líbano, el caramelo, además de un dulce tradicional, es el material utilizado para la depilación femenina. Se trata de una brillante introducción para el fresco de personajes que desfilarán a lo largo de toda la historia, todos ellos inmersos en una realidad agrídulce, con sus pequeños placeres y dolorosas

esclavitudes cotidianas, justo como la naturaleza ambivalente del caramelo, ora delicia para el paladar, ora suplicio estético femenino. Y si bien el caramelo no tiene mayor peso argumental en la trama, sí funciona a la perfección como metáfora sobre la complejidad de la situación personal de las mujeres de Oriente Próximo, cuya libertad se ve empañada a menudo por cuestiones de género. Lo más sorprendente de todo es que la película consigue mantener un tono de comedia, de espontaneidad y desenfado mientras por el camino se atreve a abordar temas como la infidelidad, el lesbianismo, el miedo a envejecer, el peso de las tradiciones o la importación de las neuras de Occidente.

Llegados a este punto, nos encontramos con que las ficciones cinematográficas que se ocupan de los placeres de la buena mesa lo hacen desde diferentes perspectivas. Como hemos señalado, la más elemental es aquella que se sirve del elemento gastronómico como factor anecdótico destinado a proporcionar un vistoso telón de fondo. Por otro lado, tenemos otras producciones que se preocupan de la carga metafórica de los alimentos y se interrogan con profundidad sobre su carga cultural en el contexto de las relaciones humanas. Se trata, pues, de un camino que va de lo anecdótico a lo metafórico. Otra línea detectada dentro de lo que podemos llamar *chick flick* gastronómica es la que propone una correlación entre alimento y trascendencia. Un buen ejemplo lo encontramos en la película de Julia Roberts mencionada anteriormente, *Come, Reza, Ama* (2010). Adaptación de un *bestseller* de la escritora norteamericana Elizabeth Gilbert, la propuesta no está lejos del manual de autoayuda de lujo para mujeres urbanas del siglo XXI. La premisa argumental se sirve del proceso de autodescubrimiento asociado a la épica del viaje, para proponer un regreso a lo esencial y un rechazo de todo lo accesorio. En este contexto, el personaje interpretado por Julia Roberts se rendirá a los placeres de la comida a través de la coartada espiritual. Solo mediante la trascendencia conseguirá librarse de la estigmatización que la cultura occidental impone sobre el hecho de comer, alertando continuamente sobre los peligros del sobrepeso y las bondades de una dieta insípida y baja en calorías. Lo que nos enseña una película como *Come, Reza, Ama* es, en definitiva, una verdad elemental disfrazada de epifanía existencial. Tras un desengaño amoroso (y por extensión, siguiendo la lógica del relato, desengaño cultural con nuestra sociedad contemporánea), Liz Gilbert (Julia Roberts) emprende un viaje alrededor del mundo, un periplo vital, multicultural y *buenrollista* con la intención de superar su depresión. Los avatares del viaje le enseñarán a disfrutar de las cosas sencillas; y el simple acto de comer abandonará su naturaleza vegetativa para alcanzar un estatus de actividad placentera y casi mística. El primer problema viene representado por la propia fotogenia de la propuesta, digna de un reportaje de *Cosmopolitan*. La supuesta autenticidad de la mirada que arroja tiene el mismo calado que el folleto de una franquicia comercial de la Nueva Era y la celebración

que propone del componente espiritual posee el inconfundible aroma del simulacro.

Pero, ¡alto!, sería un error dar por finalizado nuestro recorrido. Justo cuando pensábamos que no podía haber nada más allá de la trascendencia en las *chick flicks* gastronómicas nos encontramos con un nuevo, y quién sabe si último, escalón. Y ustedes se preguntarán, ¿pero acaso puede haber algo *más allá* de la *trascendencia* si la *trascendencia* en sí es un concepto que nos habla de romper barreras? Pues algo hay y de gran interés para nuestro campo de estudio, por cierto. Porque, tal y como nos han enseñado algunas de las películas seleccionadas, la cultura de los fogones, la importancia cultural de los alimentos, puede trascender lo meramente «anecdótico» o «metafórico» para transitar el terreno de la magia, de lo sobrenatural.

4. Hechiceras modernas

La relación que tres de las películas escogidas establecen entre mujer y universo gastronómico se construye a través de la irrupción del elemento fantástico, mitológico o sobrenatural. Nos referimos a *Como agua para chocolate*, *Chocolat* y *Woman On Top*. Tal invocación del componente mágico reviste no poco interés puesto que supone también la incorporación del viejo estereotipo de la mujer como criatura fantástica o gran hechicera universal.

En *Como agua para chocolate* (1991), adaptación de la novela homónima de Laura Esquivel, se nos cuenta la historia de Tita, la más joven de tres hermanas en el México de principios de siglo XX, condenada por tradición a permanecer soltera y a cuidar de su madre viuda de por vida. La existencia de Tita se construye por tanto como una doble negación: limitada, en primer lugar, por su condición de mujer en el contexto de una sociedad abiertamente patriarcal, y, en segundo lugar, anulada por las obligaciones adicionales impuestas por costumbres caducas (de tinte matriarcal, en este caso). La negación



Fotogramas de *Come, Reza, Ama*
(*Eat, Pray, Love*, Ryan Murphy, 2010).

–represión– de su propia sensualidad será aquello que alumbre el componente mágico de la historia. En su reclusión forzosa en la vida doméstica, Tita hallará en el arte de cocinar una válvula de escape para sus innumerables penas. Enamorada del bello Pedro, se verá obligada a renunciar a él en favor de su hermana. Merced al realismo mágico, la cocina y sus rituales devienen herramientas poderosas para escapar de la sumisión y alcanzar el plano de la sensualidad. En manos de Tita, las recetas funcionan como hechizos, sus sentimientos (ya sean de resquemor o voluptuosos) transpirarán libremente por sus dedos e impregnarán los ingredientes. Del mismo modo, una lágrima furtiva derramada sobre el guiso hará que los comensales sufran de una lacrimógena melancolía mientras lo degustan. Con las artes culinarias, Tita conseguirá vencer sus limitaciones y escapar de un destino injusto. En este caso, la gramática del realismo mágico encontrará su epicentro en el poder de los rituales de la cocina y provocará de paso una asociación lógica entre mujer–sentimiento–alimento que a su vez se corresponde con la secuencia cocina–ritual–hechizo.

También merece un comentario la descripción que la novela/película ofrece de la realidad familiar de la protagonista. Huérfana de padre, Tita se cría con su déspota madre y sus dos hermanas, en lo que supone una versión corregida y aumentada del patriarcado bajo la apariencia de matriarcado. La figura de la madre se construye bajo los parámetros de la abyección y genera un ejemplo más de lo que algunas autoras como Barbara Creed (1993) han descrito como «feminidad monstruosa». En su enloquecido afán por imponer sus deseos, Mamá Elena, la madre de Tita, obligará a ésta a abandonar la cocina y a tenerla constantemente pegada a sus faldas. Y es que en la descripción del matriarcado que se lleva a cabo en *Como agua para chocolate*, la cocina deja de ser el último reducto de sumisión de la mujer puesto que nos habla de algo mucho peor expuesto con la retórica de los cuentos de terror infantiles: la vuelta forzosa al seno maternal.

Chocolat (2000) es otro de los títulos que incorpora la figura de la mujer como criatura fantástica que gusta de impregnar sus conocimientos gastronómicos de un ingrediente mágico. Basada en una novela de Joanne Harris, la película se centra en la historia de una madre e hija nómadas que recalán en una pequeña ciudad de la Francia rural con la intención de abrir una tienda de dulces de chocolate. La



Fotograma de *Chocolat* (Lasse Hallström, 2001).

misma presentación de ambos personajes está articulada por una gramática de lo fantástico. La puesta en escena (reforzada por la voz en off del narrador) ubica a las dos mujeres en una dimensión poética, casi sobrenatural. Su aparición es simultánea a la de los misteriosos vientos del norte y su atavío remite de lleno a la imaginería de los cuentos infantiles, ambas encapuchadas y ocultas bajo unos unos mantos rojos.

No obstante, pese a que el contexto de fervor religioso de la historia también abunda en esa consideración –ambas mujeres son seres diabólicos y tentadores–, la película no insiste en la adscripción fantástica de los personajes (como sí ocurría en *Como agua para chocolate*). Juliette Binoche interpreta a Vivienne Rocher, la maestra en el arte de la repostería que trastoca la tranquilidad del pequeño pueblo francés. Su personaje posee el don de determinar –a través de misteriosos caminos– la clase de chocolate idónea para cada uno de sus clientes. La particularidad del asunto es que cada delicia recetada/despachada desencadenará un cambio mágico y liberador en cada uno de los paladares. Así, la mujer que quiere recuperar las atenciones de su marido conseguirá su objetivo a través del poder milenario del chocolate y, en un plano más ambicioso, su poder liberador se opondrá al constreñimiento moral alcanzado tras siglos de oscurantismo religioso, represión y de estigmatización de los placeres de la buena mesa. *Chocolat* propone una exacerbación del componente frutivo de los dulces al tiempo que establece un paralelismo con un disfrute mayor, es decir, con una experiencia que va más allá de los sentidos. Una vez más, el alimento físico trocará en alimento para el alma y se situará en un plano antes mágico que trascendente. Algo que podemos afirmar en tanto que el proceso desencadenado obra el milagro –sí, el milagro– en el campo del sentimiento y del espíritu. Las dimensiones de semejante transformación se hallan más próximas de la esfera mágica que de cualquier otra y el mismo tono de la película se complace en apelar al aura mitológica de los viejos cuentos y leyendas. Un dato significativo es el nombre de la tienda de chocolates, *Maya*, en clara alusión a la histórica civilización mesoamericana, doblemente significativo si nos atenemos al dato de que, en la novela, su nombre es otro (*La Celeste Praline*).

Otra ficción gastronómica que insiste en esta vía es la que nos cuenta la película de Fina Torres *Woman On Top* (2000). En ella Penélope Cruz interpreta a la bella chef brasileña Isabella Oliveira. Al igual que en *Come, Reza, Ama*, la premisa argumental arranca con un desengaño amoroso (la infidelidad del marido, otra vez) y con el posterior cambio experimentado por la protagonista, que empujada por la decepción hace las maletas y abandona Bahía rumbo a San Francisco.

Isabella Oliveira (Penélope Cruz) buscará fortuna en Estados Unidos y gracias a su belleza y a su talento gastronómico (por este orden) conseguirá ascender por la escalera del

éxito, convertida en algo así como una versión de chica de calendario de Karlos Arguñano. Se trata de una muestra clara de lo que Frank Chin definió como *food pornography*, referida a «la práctica de ganarse la vida explotando los aspectos exóticos de la gastronomía de tu país»⁷ (citado en Keller, 2006: 5). Consecuentemente, el personaje se muestra apasionado hacia la materia prima de sus guisos, hasta el punto de que es capaz de hablar de los pimientos como si de volcanes en erupción se trataran. Sirva el siguiente diálogo como ejemplo: «Y aquí, mi favorito, el pimiento malagueta. No se engañen por su diminuto tamaño. En la escala picante, es un caliente diez. Pero lo que más me gusta es su olor, su aroma, y su sabor inolvidable. Cuando cocinen con chiles, no olviden aceitarse las manos para que no les pique la piel. El suave sabor de un chile, se encuentra en su carne. Lo que pica está en sus venas y semillas. Es de ahí de donde viene el fuego⁸».



Fotograma de *Woman On Top* (Fina Torres, 2001).

Dicho esto, se evidencian los mimbres utilizados en la construcción de los personajes y del tono general de la propuesta. La cocina se impregna de una sensualidad que supone la erotización de la esfera gastronómico/emocional hasta un nivel –se diría– de lúbrica prosopopeya, y sin que acabe aquí la historia. Al fin y al cabo aún no hemos mencionado el componente mágico. Su inclusión en el argumento se hace conforme a los cánones. Isabella Oliveira se encomendará a Yemanjá, ancestral divinidad acuática africana protectora de las mujeres, y preparará un conjuro a base de pócima de hechicera para olvidar a su infiel

7 «[...] the practice of making a living by exploiting the 'exotic' aspects of one's ethnic foodways».

8 «So now, here's my favorite. "Malagueta" pepper. Don't be fooled by its tiny size. On the heat scale it is a very hot ten. But what I love most about it is its smell, its aroma, and a flavor you can never forget. So when you work with the chilies, remember to coat your fingers with oil, so your skin won't burn. The smooth flavor of a chili is found on the outside part. The part that burns are the ribs and seeds. That's where the fire comes from».

amante. Tal como ocurría en *Como agua para chocolate* y en *Chocolat*, la narración recurre a los elementos típicos de los cuentos y leyendas (voz en off, introducción al estilo de *érase una vez*) en su descripción del universo de la mujer y de la cultura gastronómica como mágica aleación de afinidades. Desde un punto de vista comprometido con la originalidad de la propuesta, debemos concluir que la cortedad de miras de la empresa domina la función, todo se presenta como adecuadamente superficial y ligero, confundiendo ligereza con frivolidad. A un nivel más profundo, circunscrito a una crítica desde el punto de vista del género, sorprende lo deudora que *A Woman On Top* es del estereotipo y del gusto por la comedia de trazo grueso, nutrida de lugares comunes y torpeza expositiva. La película funciona en todo momento como lo que es, un vehículo de lucimiento/presentación de Penélope Cruz en el contexto de la industria cinematográfica norteamericana, es decir, como un ensimismado publibreportaje *filoerótico*. En este caso, lo desafinado de la propuesta nos impide hablar de ella como una buena aportación al imaginario de las mujeres y la cultura de los fogones. Pese a las ambiciones depositadas en su propio título y a algunas manías del personaje de Penélope Cruz (le gusta *ponerse arriba* cuando hace el amor con su marido), *Woman On Top* no hace sino lo contrario: indigestar al espectador a base de un alto contenido en grasas narrativas perjudiciales. En este caso, la magia que reclama la película resulta de una ingenuidad que ya no nos podemos permitir, y así lo atestiguó su desventurado paso por las salas de cine.

5. Y a modo de postre... una conclusión

Recapitulando, al margen de las ficciones analizadas, hemos visto cómo en la actualidad el aura de prestigio de los grandes maestros culinarios sigue siendo eminentemente masculina. El chef de prestigio es una figura mediática cuya popularidad se mide sin rubor con la de los deportistas de élite. Mientras tanto, las narraciones cinematográficas que se nutren del universo gastronómico apelan a un público femenino de manera notoria, aunque no exclusiva. El encasillamiento de muchas de estas producciones bajo la etiqueta de *chick flick* nos da una idea de hasta qué punto podemos hablar de un proceso sistematizado⁹. Si es posible hablar de un subgénero de comedia romántica basado en ficciones sobre bodas, también cabe consignar el auge de las ficciones sobre placeres gastronómicos. Tal y como señala James R. Keller, nos encontramos ante un *food film sub-genre*: «en el cual, la producción de alimentos,

⁹ En su crítica del film *Julie y Julia*, el crítico Owen Gleiberman reflexiona sobre el uso que Hollywood hace de dicha etiqueta: <http://insidemovies.ew.com/2009/08/10/julie-julia-a-food-movie-for-women-or-for-men-too/>. Accedido el 5 de abril de 2013.

su preparación, su servicio o su consumo desempeñan una función clave y memorable en el desarrollo de los personajes, en la estructura o en el tema de la historia»¹⁰ (2006: 1). Se trata de una modalidad que acusa ya lugares comunes y tendencias genéricas concretas, hasta el punto de que resulta fácil sintetizar las tres líneas principales detectadas.

a. Primera línea: el alimento como excusa argumental

La primera de ellas se ocupa del mundo de la gastronomía como mero telón de fondo ante el que se representa la consabida historia romántica o de superación personal. En ella podemos incluir títulos como *American Cuisine*, *Bon Appétit*, *Fuera de carta* o *Julie y Julia*. En las dos primeras aparece un protagonista masculino con ambiciones de gran chef cuya motivación profunda tiene que ver con una historia de superación personal y de *revancha* contra un padre ausente e irresponsable. Y, precisamente, un padre irresponsable con problemas para asumir su paternidad es el protagonista de *Fuera de carta*. Para concluir con esta primera línea no debemos olvidar la historia de superación personal que encierra a su vez la propuesta de *Julie y Julia*, en la que se establece un paralelismo entre la pionera chef norteamericana Julia Child (Meryl Streep) –que durante los años sesenta introdujo la gastronomía francesa en los Estados Unidos– y la historia real de Julie Powell (Amy Adams), una joven neoyorquina que cuarenta años después se convierte en una bloguera de éxito al documentar en la Red la elaboración de las recetas de la reputada cocinera.

b. Segunda línea: el alimento como metáfora cultural

Más allá de estas aportaciones, hemos localizado un tratamiento de cariz más profundo –casi antropológico– por lo que respecta a nuestros intereses. Títulos como *Deliciosa Martha* y *Caramel* apuestan por imbuir a los alimentos, a su preparación, incluso a sus usos, de una dimensión metafórica, con el fin de trascender lo meramente anecdótico. Las reflexiones originadas por semejante tratamiento nos llevarán por terrenos afines a lo existencial (*Deliciosa Martha*), lo espiritual (*Come, Reza, Ama*) o lo antropológico (*Caramel*). Otra cuestión es que lo hagan con mayor o menor fortuna.

¹⁰ [...] in which food production, preparation, service, and consumption play a major part in the development of character, structure, or theme.

c. Tercera línea: el alimento como ingrediente mágico y la mujer como hechicera moderna

Y justo cuando pensábamos que ya no podía haber un tratamiento más ambicioso del elemento gastronómico, he aquí que tropezamos con la tercera línea detectada. La dimensión mágica en la que se enmarcan *Como agua para chocolate*, *Chocolat* y *Woman On Top* nos ha llevado a confirmar la vigencia de la consideración de la mujer como hechicera o criatura fantástica en los relatos contemporáneos. Las recetas como hechizos que pueden transformar mágicamente a las personas o la preparación literal de ancestrales pócimas tienen cabida en este tipo de ficciones, herederas en cierto modo de las viejas historias difundidas desde el inicio de los tiempos por la tradición oral. De hecho todas se sirven del aire de fábula proporcionado por el «érase una vez». Ahora bien, también en este caso lo acertado del tratamiento varía en función de la propuesta. Cabe destacar la condición de aplicado ejercicio de realismo mágico encarnada en la adaptación de la novela de Laura Esquivel, *Como agua para chocolate* o la sencillez del planteamiento de *Chocolat*. Ambas ofrecen buenos retratos de mujeres luchadoras cuya fe en el poder de la gastronomía les ayudará a desenvolverse en entornos abiertamente hostiles.

No queremos abundar más en los defectos del tercer título, *Woman On Top*. A la vista del análisis de la muestra seleccionada podemos reafirmarnos en la creencia de que este tipo de producciones posee un peso innegable en el contexto de la industria del cine contemporáneo. El auge de las *chick flicks* y de su género estrella, la comedia romántica, alberga un lugar para el universo de la mujer y el de las artes culinarias. La importancia cultural de tal género ha sido señalada por algunos autores (Lipovetsky y Serroy, 2009; Fernández Porta, 2010) que insisten en su preponderancia actual y en su carácter «instructivo». Probablemente, son datos que tienen muy presentes los ejecutivos de un gran estudio cuando barajan nuevos proyectos. Y si bien no existe una receta de éxito asegurado, sí que podemos hablar de predilección por unos determinados ingredientes y unos determinados usos.

Bibliografía

- Bop, Jessica (2009) «What is a chick flick?». <http://www.examiner.com/article/movies-101-what-is-a-chick-flick>. Accedido el 2 de febrero de 2013.
- Creed, Barbara (1993) *Horror and The Monstrous-Feminine: An Imaginary Abjection*. London: Routledge.
- Fernández porta, Eloy (2010) €@0\$. *La superproducción de los afectos*. Barcelona: Anagrama.
- Gleiberman, Owen (2009) «Julie & Julia. A food movie for women or... for men too?». <http://insidemovies.ew.com/2009/08/10/julie-julia-a-food-movie-for-women-or-for-men-too>. Accedido el 2 de febrero de 2013.
- Keller, James R. (2006) *Food, Film and Culture. A Genre Study*. North Carolina: Jefferson.
- Lipovetsky, Gilles; Serroy, Jean (2009) *La pantalla global. Cultura mediática y cine en la era hipermoderna*. Barcelona: Anagrama.
- Rowe Karlyn, Kathleen (2005) «Scream, la cultura popular y el feminismo de la tercera ola: 'Yo no soy mi madre'». En: *Lectora, Revista de dones i actualitat*, nº 11. Barcelona. Universitat de Barcelona, pp. 43-73.
- Stevenson, Angus y Lindberg, Christine A. (eds.) (2010) *New Oxford American Dictionary. Third Edition*. New York: Oxford University Press.

Recibido el 10 de abril de 2013
Aceptado el 31 de mayo de 2013
BIBLID [1139-1219 (2013) 17: 81-97]

