



SERGIO GIL

Gastropólogo, asesor gastronómico, conferenciante y formador universitario

GASTROPOLOGÍA: CIENCIA DEL BAR Y HERRAMIENTA PARA EL RESTAURADOR

Permítanme que les comparta parte del material interno con el que trabajamos los equipos de asesoría e investigación de Madrid, Barcelona y San Sebastián. Son otra forma de acercarse al universo Bar/Restaurante.

Algunas preguntas que pretende resolver Gastropología: ¿en qué se asemejan un bar y un restaurante? ¿Qué hay, pues en común, entre los varios miles de bares y/o restaurantes? ¿En qué sentido pueden ser abarcados (los bares y los restaurantes) por el concepto de “gastronomía”? ¿Qué categoría estructural cumplen los restaurantes y los bares en nuestra sociabilización? ¿Cómo la antropología puede obtener material científico mediante su método en el marco bar/restaurante? Gastropología, o lo que es lo mismo, la narrativa de la antropología gastronómica, ¿es una disciplina acreditada?

Estos interrogantes encierran uno de los problemas clave para la Antropología del bar o Gastropología, en la medida en que ésta aspira a elaborar proposiciones generales, aplicables a sociedades y culturas muy distintas. Es decir, pretende ser una ciencia útil en su puesta en práctica para el restaurador y, a su vez, tener función explicativa de cierto conocimiento empírico. La ciencia del bar quiere extenderse como una ciencia de la sociedad en general, que adiciona material reflexivo mediante el cual conocer mejor al ser humano.

Les invito a interpretar el bar como un sistema perfecto, en el que los comportamientos de todos sus usuarios son una representación exacta del arte de vivir en sociedad. Donde hay bares, no existe una ruralidad completa; son, espacio frontera, un constructor de urbanidad; estén donde estén, ofrezcan lo que ofrezcan. Los restaurantes, por el contrario, pueden perfectamente tener vocación rural (aunque la mayoría de ellos estén en la urbe), ya que su condición estanca, fija al individuo en su propia comensalidad, susceptible de ser alterada por los vectores diseñados por el restaurador gerente del espacio.

Un bar tiende a ser fuente de contacto (aunque recuerden que la mayoría de las veces van a estar o sentirse profundamente solos), un restaurante por oposición pretende aislar, con ciertos usos privativos, a aquella comunidad que comparte una mesa (aunque ya saben que nunca se consigue totalmente), de las

miradas y el resto de percepciones sensitivas que los otros clientes, en función subalterna, no pueden ni quieren evitar.

Un bar y un restaurante aparentan por lo tanto ser antagonistas indisolubles porque reflejan la ambigüedad humana, que es la que los construye en su necesidad de explicar la modernidad en términos urbanos. Propongo desde aquí que es precisamente esa ambigüedad el material social del cual estamos hechos: Individuo/Colectivo. Persona/grupo. Interior/exterior. Introverso/extroverso. Reflexión /acción. Actor/ espectador. Vacío / repleto. Naturaleza/cultura.

En el diseño perfecto de la propuesta mayoritaria del sector, donde se combina un porcentaje equis de bar y de restaurante, es capital contemplar esta demanda de ambigüedad, que el cliente reclamará en su exigencia de servicios complejos.

Un bar que también es restaurante asume las funciones de ambas realidades. Un bar se parece a un restaurante como un huevo a una gallina. Seguro que pueden comprobar que son dos cosas distintas y sin embargo por su propia naturaleza estructural, en el fondo son un más de lo mismo.

Estratégico es, por consiguiente, contemplar las dos naturalezas en su diseño, desarrollo y ejecutoria. Adjunto otra suerte de binomios simplificadores: Nuevo/viejo. A estrenar/usado. Limpio/gastado. Exclusivo/común. Novedad/retro. Popular/seleto. Saludable/abusivo. Intelectual/Lúdico.

La fórmula bar/restaurante es pues un fenómeno social, pero también es un fenómeno psicológico, un fenómeno fisiológico y, por decantación, un fenómeno gastronómico. Es precisamente esta última obviedad, la que impide al profesional profundizar en el resto de fenomenologías que forman y delimitan un cóctel tan exitoso.

SERGIO GIL. Dirige también el grupo Taberna y Cafetín y es presidente de Barcelona Restaurants Sostenibles.