

ARCHIVES ON FOOD, CULTURE AND NUTRITION

INTERNATIONAL
COMMISSION ON THE
ANTHROPOLOGY OF OF
FOOD AND NUTRITION

Vol. I Nº 1 - 2023



ICAF

Servicio de Publicaciones
UNIVERSIDAD  DE EXTREMADURA
EX
2023



International Commission on the
Anthropology of Food and Nutrition

INTERNATIONAL COMMISSION ON THE ANTHROPOLOGY OF FOOD AND NUTRITION

Archives on Food, Culture and Nutrition is a multilingual online journal devoted to food from social and cultural perspectives. Archives on Food, Culture and Nutrition is an international journal open to multidisciplinary-interdisciplinary reflection on food, where researchers from different social and cultural fields can express their points of view about food as an essential element of human life.

This journal is a peer reviewed open access published twice a year. It is supported by the International Commission on the Anthropology of Food and Nutrition (ICAF), an international network of academic researchers with a common interest in food from a social and cultural perspective.

Archives on Food, Culture and Nutrition es una revista multilingüe en línea dedicada a la alimentación desde perspectivas sociales y culturales. Archives on Food, Culture and Nutrition es una revista internacional abierta a la reflexión multidisciplinar interdisciplinar sobre la alimentación, donde investigadores de diferentes ámbitos sociales y culturales pueden expresar sus puntos de vista sobre la alimentación como elemento esencial de la vida humana.

Se trata de una revista de acceso abierto revisada por pares que se publica dos veces al año. Cuenta con el apoyo de la Comisión Internacional de Antropología de la Alimentación y la Nutrición (ICAF), una red internacional de investigadores académicos con un interés común en la alimentación desde una perspectiva social y cultural.

Dirección

David Conde (University of Extremadura-Spain)

Secretaria

Borja Rivero (University of Seville-Spain)



International Commission on the
Anthropology of Food and Nutrition

Consejo editorial

Juanjo Cáceres (Universitat Oberta de Catalunya-Spain)
David Conde (University of Extremadura-Spain)
Lorenzo Mariano (University of Extremadura-Spain)
F. Xavier Medina (Universitat Oberta de Catalunya-Spain)
Mariluz Rodrigo (University of Zaragoza-Spain)
Elena Freire (University of Santiago de Compostela-Spain)
Cecilia Predet Massanet (National University of Distance Education- Spain)
Joana Lucas (NOVA University of Lisbon, Portugal)

Comite científico

Alícia Aguilar (Universitat Oberta de Catalunya-Spain)
Sarah Bak-Geller (Universidad Nacional Autónoma de México-México)
Miriam Bertran (Universidad autónoma metropolitana/UAM-Xochimilco-Mexico)
Juanjo Cáceres (Universitat Oberta de Catalunya-Spain)
Luís Cantarero (University of Zaragoza-Spain)
Janine Collaço (Universidade Federal de Goiás-Brasil)
Paul Collinson (Oxford Brookes University-UK)
Daría Deraga (Instituto Nacional de Antropología e Historia-México)
Frédéric Duhart. (Université Sigmund Freud-France)
Elena Espeitx (University of Zaragoza-Spain)
Mabel Gracia (Universitat Rovira i Virgili-Spain)
Julián López (National University of Distance Education- Spain)
Helen Macbeth (Oxford Brookes University-UK)
Lorenzo Mariano (University of Extremadura-Spain)
Borja Rivero (University of Seville-Spain)
F. Xavier Medina (Universitat Oberta de Catalunya-Spain)
Renata Menasche (Universidade Federal de Pelotas-Brasil)
Mariluz Rodrigo (University of Zaragoza-Spain)
José A. Vázquez (University of Occidente/UR Mazatlan-México)
Úrsula P. Verthein (Universitat Oberta de Catalunya-Spain)
Carmen Soares (Universidade da Coimbra-Portugal)



**International Commission on the
Anthropology of Food and Nutrition**

EDITA

Servicio de Publicaciones de la Universidad de Extremadura.
Plaza de Caldereros, 2. 10071 Cáceres.
Teléf. 927 257 041. Fax 927 257 046.
E-mail: publicac@unex.es
<https://publicauex.unex.es/>
Edición on-line

PRESENCIA EN BASES DE DATOS BIBLIOGRÁFICAS, EN DIRECTORIOS Y PORTALES SOBRE INDICADORES DE CALIDAD:

Dialnet, Dehesa (Repositorio Institucional de la UEx)

LOCALIZACIÓN DE LA REVISTA EN INTERNET

<https://revista-afocun.unex.es/index.php/afocun/index>
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/revista?codigo=27895>

AUTORIZACIÓN DE REPRODUCCIONES



© Universidad de Extremadura La licencia con la que se publican todos los contenidos de International Commission on the Anthropology of Food and Nutrition, es Atribución 4.0 Internacional (CC BY 4.0) de Creative Commons, a la que debes añadir estas condiciones. Para conocer el texto completo de esta licencia, visita <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/dee.d.es> envía una carta a Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California 94105, USA.

E-ISSN: 3020-3635

DEPÓSITO LEGAL: CC-241-2023 (edición impresa, no venal, para difusión y protocolo.

Tirada de 50 ejemplares para este primer número)

FOTOCOMPOSICIÓN E IMPRESIÓN: Editorial Síndéresis / oscar@editorialsinderesis.com



International Commission on the
Anthropology of Food and Nutrition

Archives on Food, Culture and Nutrition (AFOCUN)

E-ISSN: 3020-3635
Volumen 1, Número 1

EDITORIAL

Historia, futuros y desafíos en el contexto de la cultura alimentaria 7-23
Conde-Caballero, D; Mariano-Juárez, L; Medina, F. X.

ARTÍCULOS CIENTÍFICOS

La gastronomía “popular” en la era del gusto “global” 25-42
Cáceres Nevot, J.

Entre lo Kosher y lo *Koolsher*. Gourmetización de la cocina
judía en Buenos Aires 43-58
Peña Jiménez, L.

The social construction of “popular” foods: exploring the
relationship between origin and product in the Ribera
del Gudiana designation of origin 59-76
Allen-Perkins, D.



International Commission on the
Anthropology of Food and Nutrition

- La cerámica de cocina y mesa de Talavera de la Reina:
Artesanía, patrimonio y gastronomía 77-94
Cipriano Crespo, C; Freire Paz, E; Medina, F. X.
- El cambio de estatus social de la algarroba: de comida de
animales y tiempos de escasez, a producto gourmet 95-117
López-Lago Ortiz, L; Pedret Massanet, C.



International Commission on the
Anthropology of Food and Nutrition

**HISTORIA, FUTUROS Y DESAFÍOS EN EL CONTEXTO DE
LA CULTURA ALIMENTARIA**

**HISTORY, FUTURES AND CHALLENGES IN THE CONTEXT
OF FOOD CULTURE**

**HISTÓRIA, FUTURO E DESAFIOS NO CONTEXTO
DA CULTURA ALIMENTAR**

CONDE-CABALLERO, D.
Universidad de Extremadura
Presidente ICAF España-Portugal
dcondecab@unex.es
Orcid: 0000-0002-5967-4371

MARIANO-JUÁREZ, L.
Universidad de Extremadura
Dirección ICAF Iberoamérica
lorenmariano@unex.es
Orcid: 0000-0001-8483-7200

MEDINA, F.X.
Universitat Oberta de Catalunya
Presidente ICAF Internacional
fxmedina@uoc.edu
Orcid:0000-0002-8667-355x

Las preocupaciones sobre la alimentación han crecido sustancialmente en el último medio siglo en ámbito de la Antropología, si bien aún no se han desarrollado al mismo nivel que para el caso de otros campos de estudio. Quizá aún ha pasado demasiado poco tiempo desde que la disciplina se interesase por primera vez en la cuestión. Si bien es cierto que la alimentación y la nutrición corresponden a una necesidad humana primaria, la Antropología rara vez se centraría en estos aspectos hasta la década de 1930. La atención a los asuntos alimentarios estaba ya presente en la propuesta de Malinowski de una “Antropología práctica” (1929), un tiempo donde los trabajos fundacionales se nutrieron del trabajo cooperativo entre antropólogos y nutricionistas (Goody, 1995). Esta relación de la Antropología de la alimentación con otras propuestas constituye casi un elemento fundacional de la disciplina, desde entonces apegada a la interdisciplinariedad. Los textos de Audrey Richards (1932, 1939), por ejemplo, se publican cuando la autora llevaba más de un lustro colaborando con el Instituto Internacional de África, produciendo evidencias para mejorar las acciones de Gobierno en el contexto político colonial. Sería la propia Richards, junto a Elsie Widdowson (1936) quienes protagonizaron la primera colaboración formal entre Antropología y nutrición, llevadas a cabo por primera vez en el Reino Unido. Fue en el marco de la Oficina Colonial Británica y en la Organización de Investigación sobre la Alimentación y la Nutrición Africanas (ORANA) cuando su desarrollo alcanzase mejores cotas.

El interés por las perspectivas antropológicas sobre la alimentación creció, asimismo, en los Estados Unidos durante la Segunda Guerra Mundial y la posguerra (Guthe y Mead 1945), así como entre los miembros de la escuela de cultura y personalidad (Kardiner et al. 1945). Los enfoques socioculturales sobre los procesos alimentarios deambulaban entonces desde perspectivas funcionalistas a enfoques de la Antropología aplicada, en contextos tan dispares como los conflictos bélicos o los entonces incipientes programas de desarrollo.

En el área de nutrición aplicada se buscó, asimismo, la colaboración de profesionales de la Antropología, cosa que aportó, aun de manera secundaria, una cierta visión cultural a la comprensión de fenómenos como el hambre, la escasez de alimentos o la desnutrición. Agencias de las Naciones Unidas como el Centro Internacional de la Infancia, la OMS y la FAO incluyeron perspectivas antropológicas en sus programas sobre alimentación y nutrición a partir de la década de los sesenta del siglo XX, y en 1966 se creó una Sección de Hábitos Alimentarios dentro de la FAO misma. En 1950 se creó el Instituto de Nutrición para Centroamérica y Panamá (INCAP), con sede en Ciudad de Guatemala, bajo las tesis de Richard Adams y su modelo condicional.

Por su parte, autores como Rappaport (1968) o Lee (1979) distinguieron entre su "ecología humana" y la "ecología cultural" de antropólogos como Steward, o Harris y Ross (1987), quienes podrían describirse como "materialistas culturales" y que incluyeron aspectos de la alimentación en sus análisis. Por otro lado, y siguiendo a Lévi-Strauss (1965), los miembros de la escuela estructuralista se centraron también en la alimentación desde una perspectiva distinta.

En este contexto de eclosión es cuando la *International Union on Anthropological and Ethnological Sciences* (IUAES) subrayó la necesidad de crear un grupo de trabajo en el ámbito alimentario en 1960, desembocando en 1968 en el Comité Internacional para la Antropología de la Alimentación y los Hábitos Alimentarios. Se trata del antecedente de lo que llegaría poco después, en 1977, cuando la antropóloga británica Mary Douglas y el antropólogo hindú-norteamericano Ravindra Khare fundaron la *International Commission on the Anthropology of Food and Nutrition* (Comisión Internacional de Antropología de la Alimentación y la Nutrición, ICAF) en el seno de la propia IUAES. La fundación de ICAF vino a responder a la necesidad, dentro de la disciplina antropológica, de crear un marco de reunión y de comunicación entre las y los distintos profesionales de la Antropología, donde se debían recoger las fuertes inquietudes existentes sobre la necesidad del estudio del hecho alimentario desde perspectivas socioculturales.

Desde su inicio, ICAF ha atendido a su mandato y ha jugado un papel relevante en la reivindicación de la importancia de este campo de estudio, y especialmente en Europa y, en parte, en América Latina. Podemos considerar, desde su inicio, los objetivos generales de ICAF como los que siguen:

- Ayudar a las antropólogas y antropólogos en la investigación básica y aplicada sobre alimentación.
- Fomentar la colaboración entre campos habitualmente separados, como la Antropología biológica y la sociocultural, y entre instituciones y expertos individuales de campos de estudio relacionados.
- Estimular la educación y la formación, las reuniones científicas y las publicaciones sobre antropología de la alimentación y de la nutrición.
- Promover la experiencia autóctona y local en los distintos países en relación con los problemas alimentarios y la nutrición.

Ahora, en un momento en el que parecemos asistir a un despegue definitivo de lo que hoy conocemos como Antropología de la alimentación - aunque con la contradicción de seguir siendo una subdisciplina antropológica

aún poco conocida y en vías de desarrollo- es cuando ICAF pretende dar una nueva vuelta de tuerca a la cuestión, buscando profundizar aún más en el estudio y difusión del hecho alimentario. Para ello, ICAF promueve la edición de la revista *Archives on Food, Culture and Nutrition* (AFOCUN), que se alinea los objetivos y la historia de la disciplina, y que se aspira a ser un punto de encuentro para centrar el debate contemporáneo alrededor de la relación alimentación-cultura. A través de ella se da la bienvenida a trabajos desde perspectivas antropológicas, pero también interdisciplinarios en una multitud de campos y objetos de estudio.

El análisis de la alimentación y los procesos alimentarios es hoy un fértil campo para el análisis de la cultura. La revista aspira, así, a situar el campo alimentario como una metrópolis epistemológica en la Antropología. Analizar esos procesos alimentarios en los debates contemporáneos sobre lo global o lo local, los flujos de personas, migraciones, turismo u otros desplazamientos, las relaciones entre alimentación y cambio climático, los procesos de patrimonialización, las tensiones entre identidad y modernización, etnografías virtuales sobre la comida, su presencia en situaciones sociales de vulnerabilidad como los procesos de salud y enfermedad o soledad se conjugan en aproximaciones clásicas de naturaleza simbólica o aplicada para delimitar un escenario enorme de objetos de interés para la revista. Las relaciones entre comida y prácticas religiosas, el espacio del ritual o las prácticas económicas en el contexto de la globalización o los trabajos vinculados al desarrollo, por citar una pequeña muestra de la reflexión contemporánea cuyos debates teóricos y epistemológicos puedan ser desarrollados en los siguientes números. Además de un marcado interés por ese desarrollo de la teoría, la revista nace con el interés por ofrecer un espacio para la publicación de textos de marcado carácter etnográfico. Entre las secciones de esta, la revista ofrecerá un espacio para las reseñas de obras de interés para la Antropología de la alimentación.

Archives on Food, Culture and Nutrition (AFOCUN) se alinea, en un momento de álgido debate sobre esta cuestión, con los mandatos para una Ciencia Abierta, enmarcada con la Declaración de Viena y su alegato a favor de la accesibilidad, la reproducibilidad, la transparencia o la garantía de calidad, evaluación, validación, innovación y bien público. En este sentido, *Archives on Food, Culture and Nutrition* (AFOCUN) es una revista trilingüe (inglés, portugués y español) de acceso abierto, con la publicación de todo su contenido libre de derechos y sin coste de publicación para los autores. Los textos, que se publicarán en dos números anuales, serán sometidos a un proceso riguroso de *peer review*, también gratuito y altruista por parte de miembros de la comunidad investigadora.

Aquí, tenemos el honor de presentar su número fundacional. Un total de cinco textos que comienzan con la propuesta de Juanjo Cáceres Nevot, quien inaugura la revista con una reflexión sobre la noción de lo que es “antiguo” o lo que es “tradicional” en términos alimentarios, y qué capacidad tiene actualmente la gastronomía popular y los productos alimentarios locales de ocupar un lugar real y reconocible entre el conjunto de la oferta gastronómica. El autor abre un interesante debate sobre las incógnitas que surgen en relación con el futuro de lo que se ha denominado gastronomía tradicional, así como su capacidad de ocupar un lugar real y reconocible entre el conjunto de la oferta gastronómica. El texto concluye que la necesidad de singularizarse y visibilizarse nunca fue tan importante.

En el segundo de los artículos, Carmen Cipriano, Elena Freire y F. Xavier Medina se aproximan a la producción cerámica talaverana de cocina y mesa y a su tradición profunda. En la creación y recreación constante de esa tradición existen claves que parecen diluir la opulencia y la ostentación del pasado. Muy lejos de la realeza y de la nobleza que la elevaron, en su momento, como máximo exponente del lujo, y reconvertida más tarde también en popular, la cerámica de Talavera parece abandonar hoy, por un lado, los estándares de las clases más acomodadas para hundir sus raíces en la “autenticidad” del pueblo. En este vínculo con lo popular, el relato constitucional del mito se aproxima a un grupo social para el que no sobraba nada. Desde ahí, y variando nuevamente su rumbo, la loza talaverana compite hoy también por adentrarse en la teatralidad de la cocina de excelencia, buscando nuevos caminos para mantenerse viva siglos después de su hito fundacional.

A continuación, Lorena Peña analiza la cocina judía contemporánea en Buenos Aires (Argentina) y su inclusión en las dinámicas propias del capitalismo tardío multiculturalista. Tratándose de una tradición culinaria labrada dentro de los hogares, en la actualidad se trata de una cocina que ha iniciado una historia nueva: la *Nouvelle Jewish Cuisine*. Con ella, los recetarios no se configuran solo considerando las tradiciones o las leyes del *kashrut*, sino, principalmente, mediante las influencias que ejercen los procesos sociales, económicos y culturales en torno al consumo culinario. Así, el objetivo de su capítulo se centra en examinar cómo se ha producido la *gourmetización* de la restauración judía de la ciudad de Buenos Aires. Las distintas tendencias definidas muestran cómo estas formas de *gourmetización* de la cocina judía están intrínsecamente relacionadas con las distintas geografías del capital económico, cultural y simbólico de la ciudad.

Diego Allen-Perkins explora, por su parte, la relación entre el origen y las cualidades de los alimentos certificados, atendiendo a las prácticas que recrean ciertos productos sobre la idea de pertenencia a un lugar. En su caso, los vinos de la Denominación de Origen Ribera del Guadiana, en Extremadura (España). Su reflexión gira en torno a algunas de las formas que generan la cadena de certificación, pretendiendo entender estos objetos y la relación que los constituye desde una dimensión procesual, considerando cómo los agentes actúan estabilizando ciertas cualidades de manera contextual.

Por último, el texto de Cecilia Pedret y Luis López-Lago explora los procesos de redescubrimiento y revalorización de algunos alimentos que están experimentando un cambio de estatus, tomando como objeto de su estudio el caso de la algarroba en las Islas Baleares (España). A partir de los usos tradicionales de esta leguminosa y de los cambios producidos en su producción y consumo en los últimos años, en este texto se analiza su proceso de *gourmetización* e introducción en la alta cocina. Este trabajo muestra la revalorización y *gourmetización* de la algarroba y su vinculación con discursos que enfatizan la condición “local” de los productos y que apuestan por la recuperación de la gastronomía tradicional, en tanto que modelo productivo “sostenible”.

Cinco artículos, sumados a esta Editorial, que aspiran a poner a través de AFOCUN una nueva piedra en la construcción de ese camino iniciado en la década de 1930, en el que los aportes socioculturales comenzaron a alumbrar con su particular enfoque y alimentación. A partir de aquí, el futuro de esta revista, como no puede ser de otra manera, queda en manos de los investigadores.

History, futures and challenges in the context of food culture

Concerns about food have grown substantially over the last half century in anthropology, although they have not yet developed to the same extent as in other fields of study. Perhaps too little time has passed since the discipline first became interested in the issue. While it is true that food and nutrition correspond to a primary human need, Anthropology would rarely focus on these aspects until the 1930s. Attention to food issues was already present in Malinowski's proposal for a "Practical Anthropology" (1929), a time when foundational work was nurtured by cooperative work between anthropologists and nutritionists (Goody, 1995). This relationship between the anthropology of food and other approaches is almost a foundational element of the discipline, which has since become attached to interdisciplinarity. The texts by Audrey Richards (1932, 1939), for example, were published when the author had been collaborating with the International Institute of Africa for more than five years, producing evidence to improve government actions in the colonial political context. It was Richards herself, along with Elsie Widdowson (1936) who led the first formal collaboration between anthropology and nutrition, carried out for the first time in the UK. It was in the framework of the British Colonial Office and the Organisation for Research on African Food and Nutrition (ORANA) that it reached its greatest heights of development.

Interest in anthropological perspectives on food also grew in the United States during World War II and the post-war period (Guthe and Mead 1945), as well as among members of the culture and personality school (Kardiner et al. 1945). Socio-cultural approaches to food processes then ranged from functionalist perspectives to applied anthropological approaches, in contexts as disparate as war and the then emerging development programmes.

In the area of applied nutrition, the collaboration of anthropologists was also sought, which contributed, albeit in a secondary way, a certain cultural vision to the understanding of phenomena such as hunger, food shortages or malnutrition. UN agencies such as the International Children's Centre, WHO and FAO included anthropological perspectives in their food and nutrition programmes from the 1960s onwards, and in 1966 a Food Habits Section was created within FAO itself. In 1950, the Institute of Nutrition for Central America and Panama (INCAP) was created in Guatemala City, based on the thesis of Richard Adams and his conditional model.

For their part, authors such as Rappaport (1968) or Lee (1979) distinguished between their "human ecology" and the "cultural ecology" of anthropologists such as Steward, or Harris and Ross (1987), who could be described as "cultural materialists" and who included aspects of food in their analyses. On the other hand, and following Lévi-Strauss (1965), members of the structuralist school also focused on food from a different perspective.

It was in this context of emergence that the International Union on Anthropological and Ethnological Sciences (IUAES) stressed the need to create a working group in the field of food in 1960, leading in 1968 to the International Committee for the Anthropology of Food and Eating Habits. This was the forerunner of what was to come shortly afterwards, in 1977, when the British anthropologist Mary Douglas and the Indian-American anthropologist Ravindra Khare founded the International Commission on the Anthropology of Food and Nutrition (ICAF) within the IUAES itself. The foundation of ICAF came in response to the need, within the anthropological discipline, to create a framework for meeting and communication between the different professionals in Anthropology, where the strong concerns about the need to study food from a socio-cultural perspective could be taken into account.

Since its inception, ICAF has fulfilled its mandate and has played an important role in the vindication of the importance of this field of study, especially in Europe and, to some extent, in Latin America. We can consider, since its inception, the general objectives of ICAF as the following:

- To assist anthropologists in basic and applied research on food.
- To encourage collaboration between usually separate fields, such as biological and socio-cultural anthropology, and between institutions and individual experts from related fields of study.
- Stimulate education and training, scientific meetings and publications on anthropology of food and nutrition.
- Promote indigenous and local expertise in different countries on food and nutrition issues.

Now, at a time when we seem to be witnessing a definitive take-off of what we know today as the Anthropology of Food - albeit with the contradiction of still being an anthropological sub-discipline that is still little known and in the process of development - is when ICAF intends to give a new twist to the question, seeking to further deepen the study and dissemination of the fact of food. To this end, ICAF promotes the publication

of the journal Archives on Food, Culture and Nutrition (AFOCUN), which is aligned with the objectives and history of the discipline, and which aims to be a meeting point to focus the contemporary debate on the food-culture relationship. It welcomes work from anthropological, but also interdisciplinary perspectives in a multitude of fields and objects of study.

The analysis of food and food processes is today a fertile field for the analysis of culture. The journal thus aspires to situate the field of food as an epistemological metropolis in anthropology. Analysing these food processes in contemporary debates on the global or the local, the flows of people, migrations, tourism or other displacements, the relations between food and climate change, the processes of patrimonialisation, the tensions between identity and modernisation, virtual ethnographies on food, its presence in social situations of vulnerability such as the processes of health and illness or loneliness are combined in classical approaches of a symbolic or applied nature to delimit an enormous scenario of objects of interest for the journal. The relations between food and religious practices, the space of ritual or economic practices in the context of globalisation or work linked to development, to cite a small sample of contemporary reflection whose theoretical and epistemological debates may be developed in the following issues. In addition to a marked interest in this development of theory, the journal was created with the aim of offering a space for the publication of texts of a marked ethnographic nature. Among its sections, the journal will offer a space for reviews of works of interest for the anthropology of food.

Archives on Food, Culture and Nutrition (AFOCUN) is aligned, at a time of heated debate on this issue, with the mandates for Open Science, framed with the Vienna Declaration and its plea for accessibility, reproducibility, transparency or quality assurance, evaluation, validation, innovation and public good. In this sense, Archives on Food, Culture and Nutrition (AFOCUN) is a trilingual journal (English, Portuguese and Spanish) of open access, with the publication of all its content free of rights and without publication costs for the authors. The texts, which will be published in two issues per year, will be subjected to a rigorous peer review process, also free of charge and altruistic, by members of the research community.

Here, we are honoured to present its founding issue. A total of five texts begin with a proposal by Juanjo Cáceres Nevot, who opens the journal with a reflection on the notion of what is "old" or "traditional" in terms of food, and what capacity popular gastronomy and local food products currently have to occupy a real and recognisable place among the gastronomic offer. The

author opens up an interesting debate on the unknowns that arise in relation to the future of what has been called traditional gastronomy, as well as its capacity to occupy a real and recognisable place among the gastronomic offer as a whole. The text concludes that the need to make oneself unique and visible has never been so important.

In the second article, Carmen Cipriano, Elena Freire and F. Xavier Medina take a closer look at Talavera's ceramic kitchen and tableware production and its deep-rooted tradition. In the creation and constant recreation of this tradition, there are keys that seem to dilute the opulence and ostentation of the past. Far removed from the royalty and nobility that elevated it, at the time, as the maximum exponent of luxury, and later also popular, Talavera ceramics today seems to abandon, on the one hand, the standards of the wealthier classes to sink its roots in the "authenticity" of the people. In this link with the popular, the constitutional account of the myth approaches a social group for whom nothing was superfluous. From there, and changing its course once again, Talavera earthenware also competes today to enter into the theatricality of the cuisine of excellence, seeking new ways to stay alive centuries after its founding milestone.

In what follows, Lorena Peña analyses contemporary Jewish cuisine in Buenos Aires (Argentina) and its inclusion in the dynamics of late multiculturalist capitalism. As a culinary tradition carved out within the home, it is now a cuisine that has begun a new history: the Nouvelle Jewish Cuisine. With it, recipe books are not only shaped by traditions or the laws of kashrut, but mainly by the influences of social, economic and cultural processes on culinary consumption. Thus, the aim of the chapter focuses on examining how the gourmetisation of Jewish restaurants in Buenos Aires has taken place. The different trends identified show how these forms of gourmetisation of Jewish cuisine are intrinsically related to the different geographies of the city's economic, cultural and symbolic capital.

Diego Allen-Perkins explores, for his part, the relationship between the origin and qualities of certified food, paying attention to the practices that recreate certain products on the idea of belonging to a place. In his case, the wines of the Ribera del Guadiana Designation of Origin, in Extremadura (Spain). His reflection revolves around some of the forms that generate the certification chain, seeking to understand these objects and the relationship that constitutes them from a processual dimension, considering how the agents act to stabilise certain qualities in a contextual manner.

Finally, the text by Cecilia Pedret and Luis López-Lago explores the

processes of rediscovery and revaluation of some foods that are undergoing a change of status, taking the case of carob in the Balearic Islands (Spain) as the object of their study. Based on the traditional uses of this legume and the changes that have taken place in its production and consumption in recent years, this text analyses the process of gourmetisation and its introduction into haute cuisine. This work shows the revaluation and gourmetisation of carob and its link with discourses that emphasise the "local" condition of the products and that are committed to the recovery of traditional gastronomy, as a "sustainable" production model.

Five articles, added to this Editorial, that aspire, through AFOCUN, to lay a new stone in the construction of the path that began in the 1930s, when socio-cultural contributions began to illuminate food and nutrition with their particular approach. From here on, the future of this journal, as it could not be otherwise, remains in the hands of the researchers.

História, futuro e desafios no contexto da cultura alimentar

As preocupações com a alimentação cresceram substancialmente ao longo do último meio século na antropologia, embora ainda não se tenham desenvolvido na mesma medida que noutros campos de estudo. Talvez tenha passado demasiado pouco tempo desde que a disciplina começou a interessar-se por esta questão. Se é verdade que a alimentação e a nutrição correspondem a uma necessidade humana primária, a Antropologia raramente se debruçaria sobre estes aspectos até à década de 1930. A atenção às questões alimentares estava já presente na proposta de Malinowski para uma "Antropologia Prática" (1929), numa altura em que o trabalho de base era alimentado pelo trabalho cooperativo entre antropólogos e nutricionistas (Goody, 1995). Esta relação entre a antropologia da alimentação e outras abordagens é quase um elemento fundacional da disciplina, que desde então se tem vindo a ligar à interdisciplinaridade. Os textos de Audrey Richards (1932, 1939), por exemplo, foram publicados quando a autora já colaborava há mais de cinco anos com o Instituto Internacional de África, produzindo provas para melhorar as acções governamentais no contexto político colonial. Foi a própria Richards, juntamente com Elsie Widdowson (1936), que liderou a primeira colaboração formal entre a antropologia e a nutrição, levada a cabo pela primeira vez no Reino Unido. Foi no âmbito do British Colonial Office e da Organisation for Research on African Food and Nutrition (ORANA) que esta colaboração atingiu o seu auge.

O interesse pelas perspectivas antropológicas sobre a alimentação também cresceu nos Estados Unidos durante a Segunda Guerra Mundial e no período pós-guerra (Guthe e Mead 1945), bem como entre os membros da escola da cultura e da personalidade (Kardiner et al. 1945). As abordagens socioculturais dos processos alimentares variavam então entre as perspectivas funcionalistas e as abordagens antropológicas aplicadas, em contextos tão díspares como os conflitos de guerra ou os programas de desenvolvimento então emergentes.

Na área da nutrição aplicada, procurou-se também a colaboração de profissionais da antropologia, que contribuíram, ainda que de forma secundária, com uma certa visão cultural para a compreensão de fenómenos como a fome, a carência alimentar ou a desnutrição. Agências da ONU, como o Centro Internacional da Criança, a OMS e a FAO, incluíram perspectivas antropológicas nos seus programas de alimentação e nutrição a partir da década de 1960, e em 1966 foi criada uma Secção de Hábitos Alimentares na própria FAO. Em

1950, foi criado na cidade da Guatemala o Instituto de Nutrição para a América Central e Panamá (INCAP), baseado na tese de Richard Adams e no seu modelo condicional.

Por seu lado, autores como Rappaport (1968) ou Lee (1979) distinguiram entre a sua "ecologia humana" e a "ecologia cultural" de antropólogos como Steward, ou Harris e Ross (1987), que poderiam ser descritos como "materialistas culturais" e que incluíam aspectos da alimentação nas suas análises. Por outro lado, e seguindo Lévi-Strauss (1965), os membros da escola estruturalista também se debruçaram sobre a alimentação numa perspectiva diferente.

Foi neste contexto de emergência que a União Internacional das Ciências Antropológicas e Etnológicas (IUAES) sublinhou, em 1960, a necessidade de criar um grupo de trabalho no domínio da alimentação, dando origem, em 1968, ao Comité Internacional para a Antropologia da Alimentação e dos Hábitos Alimentares. Este foi o precursor do que viria a acontecer pouco tempo depois, em 1977, quando a antropóloga britânica Mary Douglas e o antropólogo indiano-americano Ravindra Khare fundaram a Comissão Internacional de Antropologia da Alimentação e Nutrição (ICAF) no seio da própria IUAES. A fundação da ICAF surgiu como resposta à necessidade, no seio da disciplina antropológica, de criar um quadro de encontro e comunicação entre os diferentes profissionais da Antropologia, onde as fortes preocupações sobre a necessidade de estudar a alimentação numa perspectiva sócio-cultural pudessem ser tidas em conta.

Desde a sua criação, o ICAF tem cumprido o seu mandato e tem desempenhado um papel importante na reivindicação da importância deste campo de estudo, especialmente na Europa e, em certa medida, na América Latina. Podemos considerar, desde a sua criação, os objectivos gerais do ICAF como sendo os seguintes

- Ajudar os antropólogos na investigação básica e aplicada sobre a alimentação.

- Incentivar a colaboração entre campos normalmente separados, como a antropologia biológica e sócio-cultural, e entre instituições e especialistas individuais de campos de estudo relacionados.

- Estimular a educação e a formação, as reuniões científicas e as publicações sobre antropologia da alimentação e da nutrição.

- Promover o conhecimento autóctone e local em diferentes países sobre questões de alimentação e nutrição.

Agora, num momento em que parece assistir-se a um arranque definitivo do que hoje conhecemos como Antropologia da Alimentação - embora com a contradição de continuar a ser uma sub-disciplina antropológica ainda pouco conhecida e em processo de desenvolvimento - é que o ICAF pretende dar um novo fôlego à questão, procurando aprofundar ainda mais o estudo e a divulgação da questão alimentar. Para isso, o ICAF promove a publicação da revista *Archives on Food, Culture and Nutrition (AFOCUN)*, que está alinhada com os objectivos e a história da disciplina, e que pretende ser um ponto de encontro para centrar o debate contemporâneo sobre a relação alimentação-cultura. Acolhe trabalhos de perspectivas antropológicas, mas também interdisciplinares, numa multiplicidade de campos e objectos de estudo.

A análise da alimentação e dos processos alimentares é hoje um campo fértil para a análise da cultura. A revista pretende assim situar o campo da alimentação como uma metrópole epistemológica da antropologia. A análise destes processos alimentares nos debates contemporâneos sobre o global ou o local, os fluxos de pessoas, as migrações, o turismo ou outras deslocações, as relações entre a alimentação e as alterações climáticas, os processos de patrimonialização, as tensões entre identidade e modernização, as etnografias virtuais sobre a alimentação, a sua presença em situações sociais de vulnerabilidade como os processos de saúde e doença ou a solidão, combinam-se em abordagens clássicas de natureza simbólica ou aplicada para delimitar um enorme cenário de objectos de interesse para a revista. As relações entre alimentação e práticas religiosas, o espaço do ritual ou as práticas económicas no contexto da globalização ou o trabalho ligado ao desenvolvimento, para citar uma pequena amostra da reflexão contemporânea cujos debates teóricos e epistemológicos poderão ser desenvolvidos nos números seguintes. Para além de um interesse marcado pelo desenvolvimento da teoria, a revista nasceu do interesse em oferecer um espaço para a publicação de textos de carácter marcadamente etnográfico. Entre as suas secções, a revista oferecerá um espaço para resenhas de obras de interesse para a Antropologia da Alimentação.

A *Archives on Food, Culture and Nutrition (AFOCUN)* alinha-se, numa altura de aceso debate sobre esta temática, com os mandatos para a Ciência Aberta, enquadrados com a Declaração de Viena e o seu apelo à acessibilidade, reprodutibilidade, transparência ou garantia de qualidade, avaliação, validação, inovação e bem público. Neste sentido, *Archives on Food, Culture and Nutrition (AFOCUN)* é uma revista trilingue (inglês, português e espanhol) de acesso aberto, com a publicação de todo o seu conteúdo livre de direitos e sem custos de publicação para os autores. Os textos, que serão publicados em dois

números por ano, serão submetidos a um rigoroso processo de revisão por pares, também gratuito e altruísta, por membros da comunidade de investigação.

Temos a honra de apresentar aqui o seu número fundador. Um total de cinco textos começa com uma proposta de Juanjo Cáceres Nevot, que abre a revista com uma reflexão sobre a noção do que é "antigo" ou "tradicional" em termos de alimentação, e qual a capacidade que a gastronomia popular e os produtos alimentares locais têm atualmente para ocupar um lugar real e reconhecível entre a oferta gastronómica. O autor abre um interessante debate sobre as incógnitas que se colocam em relação ao futuro da chamada gastronomia tradicional, bem como sobre a sua capacidade de ocupar um lugar real e reconhecível no conjunto da oferta gastronómica. O texto conclui que a necessidade de se tornar único e visível nunca foi tão importante.

No segundo artigo, Carmen Cipriano, Elena Freire e F. Xavier Medina analisam a produção de louça de cozinha e de mesa em cerâmica de Talavera e a sua profunda tradição. Na criação e recriação constante desta tradição, há chaves que parecem diluir a opulência e a ostentação do passado. Afastada da realeza e da nobreza que a elevaram, na altura, como expoente máximo do luxo, e mais tarde também do popular, a cerâmica Talavera parece hoje abandonar, por um lado, os padrões das classes mais abastadas para se enraizar na "autenticidade" do povo. Nesta ligação com o popular, o relato constitucional do mito aproxima-se de um grupo social para quem nada era supérfluo. A partir daí, e mudando mais uma vez de rumo, a faiança de Talavera concorre também hoje para entrar na teatralidade da cozinha de excelência, procurando novas formas de se manter viva séculos depois do seu marco fundador.

Lorena Peña analisa depois a cozinha judaica contemporânea em Buenos Aires (Argentina) e a sua inserção na dinâmica do capitalismo multiculturalista tardio. Como tradição culinária esculpida no seio do lar, é agora uma cozinha que iniciou uma nova história: a Nouvelle Jewish Cuisine. Com ela, os livros de receitas não são apenas moldados pelas tradições ou pelas leis da kashrut, mas principalmente pelas influências dos processos sociais, económicos e culturais no consumo culinário. Assim, o objetivo deste capítulo é examinar como se processou a gourmetização dos restaurantes judaicos em Buenos Aires. As diferentes tendências identificadas mostram como estas formas de gourmetização da cozinha judaica estão intrinsecamente relacionadas com as diferentes geografias do capital económico, cultural e simbólico da cidade.

Diego Allen-Perkins explora, por seu lado, a relação entre a origem e as

qualidades dos alimentos certificados, prestando atenção às práticas que recriam certos produtos a partir da ideia de pertença a um lugar. No seu caso, os vinhos da Denominação de Origem Ribera del Guadiana, na Estremadura (Espanha). A sua reflexão gira em torno de algumas das formas que geram a cadeia de certificação, procurando compreender estes objectos e a relação que os constitui a partir de uma dimensão processual, considerando como os agentes actuam para estabilizar determinadas qualidades de forma contextual.

Por último, o texto de Cecilia Pedret e Luis López-Lago explora os processos de redescoberta e revalorização de alguns alimentos que estão a sofrer uma mudança de estatuto, tomando como objeto de estudo o caso da alfarroba nas Ilhas Baleares (Espanha). Partindo dos usos tradicionais desta leguminosa e das mudanças ocorridas na sua produção e consumo nos últimos anos, este texto analisa o processo de gourmetização e a sua introdução na alta cozinha. Este trabalho mostra a revalorização e a gourmetização da alfarroba e a sua ligação a discursos que enfatizam a condição "local" dos produtos e que apostam na recuperação da gastronomia tradicional, enquanto modelo de produção "sustentável".

Cinco artigos, acrescentados a este Editorial, que pretendem, através da AFOCUN, lançar uma nova pedra na construção do caminho iniciado nos anos 30, quando os contributos socioculturais começaram a iluminar a alimentação e a nutrição com a sua abordagem particular. A partir de agora, o futuro desta revista, como não poderia deixar de ser, está nas mãos dos investigadores.

Referencias bibliográficas / Bibliographical references / Referências bibliográficas

- Garine, I.; Macbeth, H.; Ávila, R.; Duhart, F.; Garine, V.; González-Turmo, I. I.; Hladik, C. M.; Hubert, A.; Medina, F. X.; Messer, E.; Pasquet, P.; Schiefenhövel, W.; Strungaru, C.. "Nutrition and the Anthropology of Food", in Nas, v y Zhang J. (eds.), *Anthropology Now: Essays by the Scientific Commissions of the International Union of Anthropological and Ethnological Sciences (IUAES) and History of the IUAES*. Pp. 117-148. Beijing, Intellectual Property Rights Publishing House, 2009.
- Goody, Jack. *Cooking, cuisine and class: a study in comparative sociology*. Cambridge University Press, 1982 (1995).
- Harris, M. and Ross, E.B, *Food and Evolution: towards a theory of human food habits*. Philadelphia, Temple University Press, 1987
- Lee, R.B. *The! Kung San: Men, women and work in a foraging society*, Cambridge University Press, 1979
- Levi-Strauss, C, Le Triangle Culinaire, *L'Arc*, 26, 1965:20-28
- Malinowski, Bronislaw. "Practical anthropology." *Africa* 2.1 (1929): 22-38.
- Mead, M and Guthe, C. "Manual for the study of food habits." *Bulletin of the National Research Council* 111 (1945).
- Messer, Ellen. "Anthropological perspectives on diet." *Annual review of anthropology* 13.1 (1984): 205-249.
- Kardiner, A. *The psychological frontiers of society*. Columbia University Press, 1945.
- Rappaport, R., *Pigs for the Ancestors: ritual in the ecology of a New Guinean people*, New Haven, Yale University Press, 1968
- Richards, A.. *Hunger and Work in a Savage Tribe: a Functional Study of Nutrition Among the Southern Bantu*. Londres, Nueva York: Routledge, 1932.
- Richards, A., and Elsie M. Widdowson. "A dietary study in North-Eastern Rhodesia." *Africa* 9.2, 1936: 166-196.
- Richards A. *Land, labour and Diet in Northern Rhodesia: An economic study of the Bemba tribe*, Londres: Oxford University Press., 1939.
- Steward, J H. "Evolution and Process" in *Anthropology Today: An Encyclopedic Inventory*, A. L. Kroeber (ed.), University of Chicago Press, 1953: 313-26,



LA GASTRONOMÍA “POPULAR” EN LA ERA DEL GUSTO “GLOBAL”

“POPULAR” GASTRONOMY IN THE ERA OF “GLOBAL” TASTE

A GASTRONOMIA "POPULAR" NA ERA DO GOSTO "GLOBAL"

CÁCERES NEVOT, J.
Universitat Oberta de Catalunya
jjcaceres@uoc.edu
Orcid: 0000-0002-3864-1167

Recibido: 16/08/2023

Aceptado: 29/09/2023

RESUMEN

Las prácticas culinarias abarcan un sinnúmero de platos y procedimientos que han evolucionado a lo largo del tiempo. La era industrial transformó con tal profundidad las prácticas culinarias, que generó una ruptura sin precedentes en las formas de alimentarse entre las generaciones nacidas a lo largo del siglo XX. Como resultado de todo ello, las dos últimas décadas de este estuvieron marcadas por el surgimiento de procesos de valorización y reivindicación de productos y platos, denominados tradicionales.

Sin embargo, la geografía gastronómica urbana de las principales ciudades se encuentra hoy en día repleta de una oferta gastronómica homologable, que a menudo se muestra vinculada a orígenes lejanos y no productos y gastronomías de mayor proximidad. Por su parte, la alta cocina ha ido recurriendo a productos y platos tradicionales, separándolos de su función gastronómica original o transformándolos radicalmente. En ese contexto, donde también inciden otros factores, como tendencias novedosas difundidas y popularizadas en redes sociales, surgen nuevas

incógnitas sobre el futuro de lo que se ha denominado gastronomía tradicional.

Dadas estas circunstancias, en el presente artículo analizamos las oportunidades de que hoy disponen la gastronomía popular y los productos alimentarios locales de ocupar un lugar real y reconocible entre el conjunto de la oferta gastronómica, mediante un análisis de las características y la evolución de nuestra diversidad alimentaria.

Palabras clave: Alimentación, gastronomía, cultura, patrimonio, territorio.

ABSTRACT

Culinary practices encompass a myriad of dishes and procedures that have evolved over time. The industrial era transformed culinary practices so profoundly that it generated an unprecedented rupture in the ways of eating among the generations born during the 20th century. As a result, the last two decades of the 20th century were marked by the emergence of processes of valorisation and vindication of so-called traditional products and dishes.

Nowadays, the urban gastronomic geography that populates the main cities is full of a homologous gastronomic offer, which is often linked to distant origins and not to products and gastronomies of greater proximity. For its part, haute cuisine has been resorting to traditional products and dishes, separating them from their original gastronomic function or radically transforming them. In this context, where other factors also play a role, such as new trends popularized on social networks, new questions arise about the future of what has been called traditional gastronomy.

Given these circumstances, in this article we analyse the opportunities for popular gastronomy and local food products to occupy a real and recognizable place among the gastronomic offer, through an analysis of the characteristics and evolution of our food diversity.

Keywords: Food, Gastronomy, Culture, Heritage, Territory.

INTRODUCCIÓN

“Nunca antes un comensal había tenido acceso a una diversidad alimentaria tan grande como la que existe hoy en Occidente”, señalaba hace algo más de veinte años Jean-Pierre Poulain, en el primer capítulo de su importante libro *Sociologies de l'alimentation* (2002: 19). Con esa afirmación describía una realidad incontestable ya en aquel entonces, pero más dos décadas después de la aparición de este relevante trabajo, puede afirmarse que la diversidad en la oferta alimentaria se sigue profundizando y desplegando por todas partes y en muchísimos sentidos. El mejor testimonio de todo ello, aunque no el único, lo ofrecen las grandes áreas metropolitanas, en cuyos municipios, año tras año, sigue aumentando la variedad de productos que el conjunto de tiendas, mercados y supermercados comercializan. Lo mismo sucede en los hogares, donde las familias compran y cocinan con una diversidad creciente de productos que varias décadas atrás no habrían podido encontrarse en nuestro entorno: bien porque no existían y son fruto de la innovación alimentaria, bien porque solamente se producían y se comercializaban en lugares muy alejados.

Dado que esa creciente diversidad alimentaria incluye tanto a productos como a platos, no solo la oferta se ha ido volviendo más amplia, sino también la diversidad gastronómica. Se ha desarrollado así una cantidad cada vez más variada de propuestas culinarias, donde unas veces se subraya una fórmula gastronómica concreta, otras un determinado origen cultural, otras un aspecto especialmente innovador y, en ocasiones, una síntesis en la que se unen técnicas vanguardistas con procesos u objetos que podrían considerarse tradicionales. Productos y platos se recrean y recombinan, aumentando la heterogeneidad y la diversificación del panorama gastronómico, pero también haciendo más complejo cualquier intento de caracterización de aquellos elementos que pueden considerarse locales, en el marco de unos procesos de diversificación que no ocurren solo localmente, sino también globalmente.

No obstante, cuando relatamos la evolución de la alimentación y la gastronomía en diversos espacios geográficos a lo largo de los últimos años, nos topamos con dos características recurrentes: la voluntad de subrayar lo particular de cada lugar y también la de visibilizar productos y platos que se consideran o se han considerado característicos de uno u otro territorio. El propio Poulain (2002: 21-26) se refirió al surgimiento de procesos de patrimonialización y de reivindicación de productos y platos asociados a entornos geográficos específicos, que calificaba de “lugares de resistencia identitaria”, como parte de todo este proceso de diversificación y como

respuesta las dinámicas de homogeneización de la oferta alimentaria global que todo ello conlleva. En ese escenario cambiante, que él consideraba novedoso y fruto de la era industrial, no son pocos los investigadores que han subrayado a lo largo del tiempo la urgencia de recuperar y promover la relación entre las características de un producto y su origen, entendido este en su dimensión cultural e histórica (Bertozzi: 1998).

Sin embargo, los procesos de patrimonialización y de reivindicación de lo local han suscitado y aún suscitan complejos debates y controversias, como las referidas a la dificultad de caracterizar la especificidad, la tipicidad y la autenticidad de los productos locales (Berard y Marchenay, 1996). También dan fe de una voluntad ampliamente extendida: la de que algo pueda identificarse como propio, en medio de una creciente diversificación alimentaria, de modo que ese algo, ya sea un producto o un plato, se acabe convirtiendo o en un producto que consideramos local o en un ejemplo perdurable de la cocina popular de un lugar en concreto. Y lo que es más importante: que consiga dotarse de una singularidad que sirva para diferenciarlo de todo lo demás y establecer un vínculo duradero entre objeto alimentario y entorno.

La singularidad es, de hecho, un atributo de gran valor potencial en un contexto donde esa enorme diversidad hace muy difícil diferenciarse, y también el no causar indiferencia. De ahí que la singularización haya sido el mecanismo preferente por el cual territorios con productos y gastronomías autodenominadas “tradicionales” han implementado durante las últimas décadas un sinnúmero de estrategias: desde estrategias de supervivencia de la producción agroalimentaria, a otras orientadas a la promoción del desarrollo rural y desde luego también al fomento de actividades turísticas (Espeitx: 2005).

En efecto, dotarse de una identidad alimentaria propia y de una oferta gastronómica atractiva y reconocible, ha sido una vía recurrente para atraer visitantes y desestacionalizar su afluencia, así como para lograr hacer más estrechas las relaciones entre las grandes áreas urbanas y los territorios que las envuelven. Para todo ello los alimentos son un objeto especialmente útil, como también pueden serlo muchos otros objetos del patrimonio cultural, que comparten con ellos la facilidad que ofrecen para seleccionar elementos de un amplio stock, con el fin de lograr un producto que sea aceptable para el mercado (Santana: 2003), de modo que goce de una comercialización exitosa y de un prestigio reconocible. La literatura académica así lo confirma, cuando constata que cuanto más favorable es la imagen alimentaria de un territorio, mayor es su probabilidad de atraer visitantes (Ab Karim y Chi: 2010) o bien que el consumo de cocina local es un mecanismo de generación de recuerdos

positivos asociados a la experiencia turística (Sims; 2009; Chen-Tsang: 2016).

No debemos olvidar tampoco otro atributo crucial con el que se relacionan con insistencia productos y platos locales y tradicionales: su carácter sostenible. Se ha constatado que la producción y el consumo local tienden a mostrar una menor huella ambiental, además de favorecer el desarrollo social, cultural y económico de los entornos locales donde surgen, generándose así un círculo virtuoso entre sostenibilidad, conservación del patrimonio y coherencia cultural (Medina y Aguilar: 2022, 35). También se ha recordado que el uso de dicho concepto se ha vuelto prácticamente ineludible en diferentes ámbitos, con el ánimo de dar respuesta a las problemáticas ecológicas más apremiantes, pero que precisamente por ello corre el riesgo de derivar en un concepto vacío y carente de capacidad transformadora (Rivero: 2022, 158).

Sea como fuere, su importante incidencia ha facilitado que se haya abierto paso la idea de que proteger y promover el patrimonio alimentario asociado a lo local y lo tradicional nos alinea con objetivos ampliamente compartidos por el conjunto de la sociedad, entre los que se cuenta la mitigación del cambio climático, la reducción de las emisiones, el acercamiento entre el lugar de producción y el de consumo (kilómetro 0) o incluso la lucha contra el desperdicio alimentario. La literatura académica confirma, además, que es frecuente que a los productos asociados a estos atributos se les atribuyan calidades organolépticas superiores (Espeitx, 2011: 140) y también otro aspecto relevante: que además de ser considerados más sostenibles y respetuosos con el medio ambiente que otros productos considerados más “industriales”, exhiben una vinculación robusta con la noción de naturalidad (Pieniak, 2009).

Dada, pues, la evolución del panorama alimentario, su rápida transformación y el valor otorgado a lo local, en un marco, además, en que se hace imprescindible avanzar en formas de producción agroalimentaria con un menor impacto ambiental, es necesario seguir preguntándose cómo se definen y qué espacio ocupan realmente los “alimentos tradicionales” en nuestra sociedad. Pero ello debe analizarse considerando todo este dinámico proceso de diversificación fuertemente empujado por el desarrollo comercial y la innovación alimentaria, que transforma continuamente tanto el contenido de nuestros platos, como las formas de prepararlos y de consumirlos, y que además puede diluir cualquier particularidad en ese magma infinito que forma la variadísima oferta disponible. Resulta igualmente necesario no dejar de cuestionarse la naturaleza concreta de todo lo que consideramos tradicional, de lo que consideramos o no patrimonio alimentario, y que nos hagamos una

pregunta clave: ¿qué puede ser realmente gastronomía popular en este entorno diverso y cambiante y cuáles de sus elementos pueden perdurar?

En el presente artículo se aborda esta cuestión analizando las funciones que adquieren atributos como "local" y "tradicional" asociados a los alimentos y su relación con el carácter "global" que estos pueden adquirir en las redes de producción, distribución y consumo. También el contraste existente entre las prácticas de estandarización y de diversificación de los alimentos y los procesos de revitalización, resignificación, patrimonialización, institucionalización y apropiación que ocurren en los territorios, yendo más allá de los retratos más esencialistas con los que, en ocasiones, se describen ciertos productos identificados como "populares" o "tradicionales". Todo ello mediante una aproximación que se enmarca y se hace eco de las renovadas líneas de investigación que analizan esos procesos en la actualidad, retomando algunos de sus hallazgos más destacados.

PASADO Y PRESENTE DE LO TRADICIONAL

La forma de determinar cómo debemos diferenciar lo tradicional de lo que no lo es, es algo que ha propiciado cierta controversia en la reflexión académica. Son muchos los autores que lo han puesto de manifiesto, como Medina y Solanilla (2013), en un estudio de caso en el que planteaban qué podía considerarse o no cocina tradicional catalana en un contexto globalizado, donde además la emergencia de las redes sociales y la inundación de estas de objetos alimentarios y culinarios hacía evidentes las contradicciones y ambigüedades existentes en cualquier intento de caracterización de dicha cocina. Esta cuestión se ha ido planteando a medida que el patrimonio alimentario se ha visto sometido a tentativas de caracterización y delimitación, pero sobre todo cuando se institucionaliza.

Debe tenerse en cuenta que al patrimonio se le han dado y se le siguen dando usos políticos e identitarios que no son para nada irrelevantes. Del patrimonio cultural se esperan beneficios diversos: desde extraer una rentabilidad económica o que sustente la actividad de uno o varios grupos de agentes económicos, hasta que contribuya a la sostenibilidad de un sistema alimentario. De ahí que en el marco de cada propuesta de identificación, caracterización y promoción del patrimonio alimentario, se produzca la selección de ciertos aspectos específicos de una "cultura alimentaria", que a lo sumo la representan parcialmente. Esto ocurre, en primer lugar, porque la forma que cobra el proceso de patrimonialización propicia que se fragmenten y se descontextualicen determinados componentes, que a su vez se dotarán de

nuevos sentidos en una nueva realidad. En segundo lugar, porque los criterios de selección responden más a los gustos y preferencias de la sociedad que patrimonializa o a los intereses de los agentes patrimonializadores, que al contexto histórico o cultural que presuntamente reflejan. Y, en tercer lugar, porque fruto de todo este contexto en el cual el patrimonio se difunde o se institucionaliza, nos encontramos a menudo que lo que se produce es, más que una recuperación, una “reinterpretación” (Cáceres y Espeitx, 2010: 110-111) o bien “una puesta al día” de los elementos seleccionados, a menudo en sintonía con iniciativas de innovación gastronómica o alimentaria.

Ciertamente no son, por ejemplo, “las recetas del hambre”, propias de los años de la posguerra, como las recopiladas en el caso de Extremadura por Conde y Mariano (2023), las que pueden dar contenido al patrimonio gastronómico hoy en día. Y no tan solo por la enorme dificultad de integrar en una oferta gastronómica atractiva los magros resultados de ese “uso portentoso de la imaginación para llenar los estómagos con lo poco que había disponible” (Conde y Mariano: 2023: 44), sino también por el pesar que supone evocar una época de escasez que dejó una terrible huella en las generaciones que vivieron la década de 1940 (Espeitx, y Cáceres: 2010). No obstante, debemos tener muy presente que la escasez no era un fenómeno puntual en nuestro pasado, sino absolutamente recurrente y que las estrategias culinarias de las clases populares en décadas y siglos anteriores han estado, precisamente, fuertemente marcadas por una inevitable adaptación a un limitado abanico de productos que resultaban escasos o, por momentos, inaccesibles. De ahí que haya que referirse al patrimonio gastronómico que los territorios reivindican como el resultado de un proceso de selección, de reinterpretación y de “puesta al día”, en el que se adecuan cantidades y se revisan tanto ingredientes como recetas, para que el resultado esté en sintonía con gustos y preferencias actuales.

En el ámbito cotidiano, en cambio, no existen demasiados problemas en definir lo tradicional y ello también resulta especialmente importante, porque más allá de la patrimonialización o la institucionalización, son los propios individuos de cada entorno los que interpretan su presente alimentario y gastronómico. Y lo hacen, sobre todo, poniendo en contraste su pasado con el que vivieron generaciones anteriores. Sin añadir ningún otro barniz interpretativo, las personas consideran “tradicional” aquello que suponen que se ha consumido desde hace mucho tiempo en el lugar donde viven o que se consumía en el territorio de donde creen que procede. Puede ser aquel plato o producto que de manera recurrente consumían las familias en un entorno determinado y no en otro. Igualmente puede ser lo que ven o han visto

consumir a madres o abuelos cotidianamente, pero que ellas ya no consumen. O pueden ser métodos de elaboración y preparación que consideran propios de una época diferente a la suya. Es así como popularmente se entienden los alimentos tradicionales: como algo que nos parece antiguo, aunque a la práctica pueda no serlo tanto, que es representativo de nosotros, y no de otros, o que a lo mejor era característico de nuestros madres, padres, abuelas o abuelos, pero que ya no forma parte del consumo alimentario de quién así lo percibe (Cáceres y Espeitx: 2010).

Desde una mirada más popular y menos institucional o académica a lo tradicional, podemos apreciar diferentes elementos relevantes para comprender hoy en día qué sentido puede dar cada individuo a lo tradicional. En trabajos previos (Espeitx y Cáceres, 2019) se han analizado las formas de clasificar los alimentos y las elecciones alimentarias y podemos apreciar que las forma de pensar un alimento se encuentran estrechamente ligadas a la experiencia personal. En efecto, las maneras de pensar en él tienen mucho que ver con el cómo, el cuándo y el con quién se consume. De ahí que, por ejemplo, los alimentos con una presencia más habitual tiendan a considerarse también “más naturales”, aunque esta misma noción se encuentra también ligada a toda una serie de claves que son susceptibles de interpretación individual. O que la experiencia personal y la etapa del ciclo vital sean dos elementos muy relevantes en la manera de pensar lo tradicional.

Al hilo de estas consideraciones tampoco debe pasar desapercibido un factor clave: el enorme contraste entre las vivencias alimentarias de las personas nacidas en la primera mitad del siglo XX, las de la segunda mitad del mismo siglo y las del presente milenio, buena parte de las cuales ya han alcanzado actualmente la edad adulta (Conde Caballero, Rivero Jimenez y Mariano Juárez, 2021). Para las generaciones de personas más mayores, es frecuente comprobar que la barrera entre lo tradicional y lo no tradicional se encuentra fuertemente ligada a la industrialización e innovación tecnológica en el ámbito de la alimentación. El impulso a la diversidad del panorama alimentario que ejerció el desarrollo de la industria agroalimentaria y de los supermercados, sobre todo desde el último tercio del siglo XX, marcó para esas generaciones un antes y un después y eso fue lo que suscitó en ellas esa añoranza por los sabores y texturas de “lo de siempre” o “lo de antes”, en un paisaje donde percibían una merma en las calidades organolépticas de los productos de consumo habitual (Cáceres y Espeitx, 2010). Son en buena medida esas percepciones de las transformaciones, junto al enorme impacto que conllevaron sobre el sector primario, que ha ido perdiendo a gran velocidad peso específico en el conjunto de las actividades productivas y con ello

capacidad para ofrecer un futuro a productores o ganaderos, lo que subyace en la reivindicación de lo local y tradicional y en la puesta en marcha de alianzas estratégicas. Esto último, no solo para contribuir a preservar un mundo rural vivo, sino también para conseguir vincular en el imaginario social productos y platos a territorios específicos (Espeitx: 2005). Los esfuerzos puestos en declinar elementos concretos para intentar objetivar y caracterizar su vínculo geocultural, su “singularidad” y su “autenticidad” han sido muy significativos: un buen ejemplo de todo ello lo ofrecen la proliferación de denominaciones de origen, de indicaciones geográficas protegidas y de especialidades tradicionales garantizadas, reguladas por la Unión Europea y presentes hoy en día en toda su geografía.

A menudo suele pasar más desapercibido el hecho de que frente a la tantas veces citada homogenización y homologación de la oferta alimentaria, propia de ese periodo de fuerte transformación que nos adentra en la modernidad alimentaria, también se produce una reacción por parte del conjunto del sector agroindustrial y de la distribución alimentaria de creciente diversificación, que no se debe tanto a una respuesta adversa del conjunto de la sociedad hacia los productos agroindustriales, como a la necesidad de dar un mayor valor añadido a los productos, de modo que garanticen el crecimiento del sector agroalimentario y que su peso en el conjunto de las actividades industriales pueda seguir siendo elevado. Es gracias a todo ello que de las representaciones sociales del “tomate que ya no sabe a tomate”, tan añorado en las últimas décadas del siglo XX, o algo más adelante, de las falsas creencias sobre el jamás existente en nuestro entorno “tomate transgénico” (Espeitx: 2011), hemos pasado en épocas mucho más recientes a comprobar que tenemos a nuestro alcance una oferta alimentaria con muchísima variedad de tomates: tomates con colores, texturas, tamaños y en definitiva, características organolépticas muy diferentes. Nuevas texturas y nuevos sabores, que son fruto de la innovación ligada a la creación de nuevas variedades y a la rápida distribución de estas en un mundo en donde la globalización de las relaciones comerciales ya se ha completado (Basulto y Cáceres: 2016, 48). Procesos parecidos viven otros tantos productos, como aquella “leche que ya no sabe a leche”, que ahora se subdivide en una enorme variedad de tipologías lácteas, a las que se suman todas las crecientes y diversas bebidas vegetales de sustitución.

Esto último, desde el punto de vista del sentido que cobra lo tradicional y también lo popular, tiene importantes consecuencias. Para las generaciones más mayores o para aquellas que han estado más tiempo en contacto con el mundo rural, una leche “tradicional” puede ser una leche fresca recién ordeñada y sometida a ebullición en el hogar, con su sabor característico, frente

a un tipo de leche en la que la eliminación parcial o total de la materia grasa transforma por completo sus propiedades organolépticas. Pero para los más jóvenes, una leche “tradicional” puede ser meramente aquella que solo es leche, es decir, que no ha sido enriquecida o privada de algún elemento propio como la lactosa; o bien una leche de vaca, frente a las nuevas “leches” de soja o de avena, que precisamente por su diferente naturaleza se ha regulado que no se puedan denominar “leche”, aunque desde la perspectiva de la forma y el momento de consumo cumplan exactamente la misma función. Esto se debe a que las diferencias en las formas de clasificar los alimentos se encuentran estrechamente asociadas, entre otros factores, a la experiencia vital y al periodo cronológico en que se ha vivido (Espeitx y Cáceres: 2019).

Estas cuestiones nos sirven para comprender que la perspectiva del pasado y por lo tanto también de lo tradicional es distinta según el momento de nacimiento de cada individuo y el momento del ciclo vital en que se encuentra. Dada la fuerte diversificación de la oferta alimentaria de las últimas décadas, la noción de lo que es “antiguo” o lo que es “tradicional” puede ser muy distinta entre generaciones que viven realidades donde todo cambia a gran velocidad, especialmente todo aquello en que la innovación tecnológica está implicada. De ello no siempre se es lo bastante consciente cuando se apela a lo local o a lo tradicional, ni tampoco de otro aspecto relevante: en concreto, de que la oferta alimentaria en nuestro pasado ha sido mucho menos estable de lo que a veces se imagina; o de que esa gastronomía del pasado no es representativa del conjunto de nuestro pasado, sino de periodos y contextos más específicos.

En efecto, igual que la oferta alimentaria es diversa, también lo es nuestra historia. Si arrojamos una mirada larga sobre los siglos anteriores podremos comprobar fácilmente que la composición de nuestra alimentación ha estado siempre inmersa en un proceso de cambio permanente, aunque no de forma tan rápida como en nuestro presente, y que a medida que ha ido transcurriendo el tiempo, se ha ido dotando de nuevos elementos, a la vez que iba dejando atrás otros más viejos. Eso es algo que ha ocurrido una y otra vez, a ritmos diferentes, con periodos de mayor estabilidad y otros de cambios más acelerados, pese a que es sin duda en el último siglo cuando más se ha acelerado su transformación, de la mano de este intenso proceso de diversificación. Y si así ha sucedido es porque nuestras sociedades han realizado intercambios culturales, se han industrializado y han sido capaces de producir, comercializar y apropiarse de un sinfín de productos, alcanzando en el presente su mayor grado de diversidad alimentaria. De ahí que la gastronomía haya alcanzado un punto de llegada similar en cuanto a diversificación, pues nunca habían coexistido tantas propuestas gastronómicas en poblaciones y territorios.

También hay que subrayar que el paso del tiempo no solo transforma los objetos alimentarios dedicados a la ingesta, sino que se acompaña de cambios en las formas de alimentarse. Es así como productos que antes eran centrales en la dieta para amplias capas de la población, dejan de serlo. Como platos cotidianos, se vuelven festivos o desaparecen de los hogares. Como nuevos platos y productos ocupan el lugar de otros que hasta un determinado momento tenían el mayor protagonismo. Y es así también como se genera y se percibe ese contraste entre pasado y presente, entre cocina actual y cocina tradicional, y también entre productos tradicionales y aquellos que consideramos que no lo son (Espeitx, Cáceres y Massanés: 2001).

Todo aquello que ha dado forma a nuestra diversidad alimentaria ha ido llegando a nuestros territorios a lo largo del tiempo, de forma muy lenta primero, y de manera cada vez más acelerada después. El abanico limitado de alimentos producidos y consumidos, por ejemplo, en el mundo ibérico de la Antigüedad fue ampliándose a medida que diferentes civilizaciones entraron en contacto con el mismo. La romanización, el dominio visigótico y la influencia islámica transformaron el paisaje agrario y la producción ganadera en la península ibérica y fijaron los elementos más característicos de nuestras pautas alimentarias, precisamente aquellos que a menudo consideramos como propios del entorno mediterráneo. Pero no fue solo la llegada progresiva de culturas diversas, sino también la expansión de la actividad comercial en diferentes épocas la que facilitó la llegada de alimentos lejanos que paulatinamente se incorporaron al paisaje culinario y productivo. Si la romanización propició la integración comercial de la península en el área mediterránea, el periodo bajomedieval fue testigo, tras varios siglos de repliegue, de la expansión de nuestros mercados mucho más allá, pero sobre todo hacia la Europa del norte y el continente asiático. Es también ampliamente conocido el impacto de la expansión comercial entre los siglos XVI y XVIII y los efectos que tuvo el intercambio de productos entre continentes, especialmente con el continente americano, sobre el consumo alimentario en España o el resto de Europa. Pero será la llegada de la era industrial lo que sostendrá una transformación profundidad de las prácticas alimentarias y una ruptura sin precedentes en las formas de alimentarse entre las generaciones nacidas desde finales del siglo XIX en adelante y, sobre todo, a lo largo del siglo XX (Basulto y Cáceres: 2016, 41-47).

EL PESO DE LO LOCAL Y POPULAR

Como ya se ha señalado al principio, nada de lo acontecido en el ámbito de la gastronomía popular ni de los productos locales puede comprenderse al margen de los cambios que han tenido lugar en nuestra alimentación desde el inicio de la era industrial. Todo el proceso de industrialización, con lo que supone de innovación tecnológica en la producción alimentaria, marcó un antes y un después, primero, en aquello que comemos y la manera de comerlo, y más adelante, en la concepción de lo singular y tradicional de cada territorio.

La Revolución Industrial posibilitó que, en aproximadamente un siglo, las sociedades occidentales obtuvieran acceso a una oferta abundante de alimentos, dejando atrás la inseguridad alimentaria de siglos anteriores y facilitando una transición nutricional que hará de la desnutrición un fenómeno prácticamente inexistente en Europa y en el conjunto de países desarrollados. Con ella llegaron otros cambios que también son relevantes para perfilar el lugar que hoy ocupa lo local y tradicional: nuevos estilos de vida marcados por una reducción de la actividad física, nuevos productos alimentarios que podemos calificar de “insanos” por ser pobres en nutrientes -en concreto, al estar elaborados con elevadas cantidades de grasa, almidón, azúcar o sal- y que denominamos bollería, *snacks* o bebidas azucaradas, y una mayor prevalencia de enfermedades evitables relacionadas con esos nuevos productos y esos nuevos estilos de vida, tales como la obesidad, la diabetes tipo 2, numerosos trastornos cardiovasculares o ciertos tipos de cánceres (Basulto y Cáceres: 2016, 48-49).

Se trata, pues, de un nuevo escenario, en comparación con el de las décadas anteriores, donde, pese a las oportunidades existentes para desarrollar estilos de vida saludable, ese abanico de productos va a favorecer que se pase rápidamente de una sociedad “tradicional” donde predomina la desnutrición, a otra más moderna en la que se extiende la malnutrición. De ahí que la reivindicación de lo local y de las gastronomías populares también se proponga a menudo como una alternativa para el consumo de alimentos más nutritivos, aunando así tres atributos claves de diferenciación, que a menudo se señalan conjuntamente: más sabrosos, saludables y sostenibles. Se trata, ciertamente, de características que conceden grandes oportunidades a producciones y gastronomías para difundirse y popularizarse, y también para arraigar como elementos característicos de los territorios, pues conectan con preocupaciones y necesidades que tienen un alcance civilizatorio en el mundo global. Pero aún hay otros dos aspectos relacionados estrechamente con lo global que delimitan y modelan el espacio que ocupa la gastronomía popular en la oferta alimentaria actual.

El primero de ellos tiene que ver con la diversificación generalizada de la oferta gastronómica ligada al origen. Con la entrada en el nuevo milenio la valorización de las cocinas tradicionales ha afrontado nuevos retos. La geografía gastronómica urbana que puebla las principales ciudades se encuentra hoy repleta de una oferta culinaria homologable vinculada a orígenes diversos, llámese japonesa, italiana, hindú, etc. Es importante subrayar que no se trata de orígenes especialmente próximos en lo geográfico, ni coincidentes con territorios que formen parte de un mismo estado. No son establecimientos que ofrezcan gastronomía asturiana, aragonesa o castellana los que se extienden, por ejemplo, en la conurbación urbana que forma Barcelona con los municipios de su entorno, donde viven más de dos millones de personas y por donde transitan millones de turistas cada año. Tampoco en las poblaciones metropolitanas a las que en los años 1950 y 1960 llegaron importantes contingentes migratorios procedentes de otras partes de España, la gastronomía popular de los respectivos orígenes ha facilitado la aparición de esos tipos concretos de establecimientos de restauración, más que de manera puntual. A diferencia de los últimos años, cuando son poblaciones de origen iberoamericano o asiático las que lideran la apertura de establecimientos donde se ofrecen gastronomía asociadas a sus orígenes (Cáceres y Espeitx, 2005), aquel bagaje gastronómico que los flujos migratorios aportaron décadas atrás tan solo se refleja silenciosamente en menús de restaurante y en la proliferación de la oferta de tapeo, pero sin subrayar su origen. Y no es irrelevante recalcar que buena parte de esos negocios han pasado a estar regentados por personas de origen asiático, lo que también nos muestra otro de los rasgos de la oferta gastronómica en las grandes zonas urbanas: el peso creciente de los agentes foráneos en el conjunto de la hostelería urbana, sea cual sea el contenido de la misma.

El riesgo inherente en esta evolución es la invisibilización de la gastronomía ligada al territorio de proximidad y la reclusión de la misma en espacios no señalizados como tales, como ciertos bares o restaurantes con cocina “de mercado”, en los que el origen no se pone en valor. De ahí que a menudo oigamos o se escriba en medios de comunicación que en Barcelona es más fácil encontrar alimentación de cualquier origen, que comida catalana. O que sea más fácil encontrar oferta de diferentes tipos de ramen, que “un buen gazpacho” en Madrid o “una buena *escudella*” en Barcelona. Se trata de manifestaciones que reaccionan ante un paisaje urbano dominado por una gastronomía global donde lo local no sobresale, donde el visitante a menudo no puede encontrar fácilmente propuestas gastronómicas ligadas al origen, salvo algún plato turístico estrella (como la persistente paella). Todo ello,

sumado a la diversificación que el crecimiento de la diversidad alimentaria introduce en las pautas alimentarias de los hogares, genera inevitablemente una cierta desconexión entre lo que podríamos considerar patrimonio alimentario local o regional y las personas residentes en las grandes zonas urbanas, pues allí donde viven ese patrimonio se diluye, se invisibiliza o se ve desplazado por otras formas de gastronomía. Pero a su vez todo ello refuerza la condición de los territorios como espacios de salvaguarda, como lugares donde necesariamente hay que ir para consumir esos productos y platos. Considerando este contexto, la conclusión no puede ser más clara: a más globalización alimentaria, mayores oportunidades a la práctica para territorializar la gastronomía popular, pero quizás no tanto por motivos de resistencia, sino, por un lado, por esa singularización perseguida por el entorno rural o por territorios específicos, y, por el otro, ante la evolución global de la oferta alimentaria en las grandes urbes.

Una última cuestión a la cual es preciso hacer referencia es al uso que actualmente se está haciendo en el ámbito de la alta cocina de productos y platos tradicionales, separándolos de su función gastronómica original o transformándolos radicalmente, como parte de un proceso de gourmetización que ya se ha observado en la transformación de los mercados de abastos (González: 2018) y que también reconocemos en los productos locales. Así lo evidencian casos como el de la patatera extremeña, cuya gourmetización es fruto tanto del apoyo de las autoridades regionales al patrimonio alimentario, como de los propios procesos de patrimonialización de productos tradicionales (Conde, Rivero y Mariano, 2023), o el de la algarroba en las Islas Baleares, muy semejante al caso anterior en cuanto a apoyo institucional e idea de patrimonialización (Pedret Massanet, López-Lago Ortiz y Allen-Perkins: 2023). El papel de las administraciones en el impulso y la forma concreta como se gourmetiza el patrimonio alimentario ha sido ya analizado por la literatura académica, y se ha podido comprobar, por ejemplo, que la gastronomía tradicional y los restaurantes con estrellas Michelin, son los dos elementos más comúnmente utilizados por las comunidades autónomas para promocionarse como marca de destino, aunando así cocina popular e identidad cultural en nuevas propuestas gastronómicas (Rico, 2023).

Dicha tendencia conduce a dos resultados tan radicalmente opuestos como complementarios. Por un lado, a la integración de productos tradicionales en propuestas que aúnan la creatividad culinaria con la innovación tecnológica aplicada a la preparación culinaria, lo que en algunos casos puede representar otra forma de desvinculación entre producto y territorio, al reinterpretarse por completo e integrarse en propuestas separadas del

patrimonio gastronómico del cual proceden, pues de hecho otorgarle esas nuevas funciones supone dejar de lado precisamente los elementos que hacen reconocible su carácter popular. Pero por el otro, esta es también una estrategia ampliamente utilizada para enriquecer las propuestas gastronómicas en los lugares donde esos productos locales se obtienen, ampliándola así desde los recetarios más tradicionales a nuevas propuestas creadas y ofrecidas en el mismo territorio, tal y como puede constarse en estudios recientes (por ejemplo, Conde Caballero y Mariano Juárez: 2022). De hecho, en un contexto donde la alimentación se diversifica cada vez más, lo esperable es que sucedan ambas cosas a la vez.

CONCLUSIÓN

Se planteaba inicialmente qué capacidad tiene actualmente la gastronomía popular y, por añadidura, los productos alimentarios locales, de ocupar un lugar real y reconocible entre el conjunto de la oferta gastronómica. Ello ha permitido abordar la evolución de nuestra diversidad alimentaria, sus causas, sus consecuencias y sus incertidumbres. Se ha podido constatar así que los cambios económicos y sociales que han acontecido a lo largo de los siglos siempre han tenido, al menos, una cierta traslación en lo que se come y la forma como se come. También que las prácticas culinarias abarcan un sinfín de platos y procedimientos que han evolucionado a lo largo del tiempo. Asimismo, que aquello que rescatamos de nuestro pasado para que represente territorios y gastronomía se selecciona y reinterpreta.

Se ha remarcado igualmente que la era industrial transformó las prácticas gastronómicas a lo largo del siglo XX. De ahí que las dos últimas décadas de este estuvieran ya fuertemente marcadas por los procesos de valorización y reivindicación de productos y platos, denominados tradicionales, a cargo de productores, cocineros y propietarios de restaurantes. Pero otras tantas décadas han pasado desde entonces y durante las mismas se ha seguido transformando el paisaje alimentario. De ahí que las generaciones más jóvenes nazcan y crezcan en un entorno social y alimentario que también es muy diferente a aquel que podía existir antes de que la globalización alcanzase su apogeo y las redes sociales transformasen para siempre la forma de comunicarnos y relacionarnos.

Es un mundo distinto, pero no tan diferente. Un mundo donde la reivindicación e institucionalización de la gastronomía popular se integra con facilidad en objetivos ampliamente compartidos, que van desde el desarrollo rural, la protección del medioambiente o la promoción de la salud, hasta la

puesta en valor y preservación del patrimonio cultural ligado al territorio. Todo ello ofrece oportunidades importantes a los territorios que apuesten por la valorización de sus productos y sus gastronomías, pero estos también se enfrentan a una importante amenaza: que el conjunto de la oferta gastronómica engulla y haga invisibles las particularidades y la dimensión territorial de todo este abanico de alimentos y recetas. Dadas estas circunstancias, singularizarse y visibilizarse tal vez sea más importante que nunca.

BIBLIOGRAFÍA

- Ab Karim, S. y Chi, CGQ (2010). El turismo culinario como atracción de un destino: un examen empírico de la imagen gastronómica de los destinos. *Revista de gestión y marketing hotelero*, 19 (6), 531–555.
<https://doi.org/10.1080/19368623.2010.493064>
- Basulto, J. y Cáceres, J. (2016) *Más vegetales, menos animales. Una alimentación más saludable y sostenible*. Debolsillo.
- Berard, L. y Marchenay, P. (1996). La construcción social de los productos de la tierra. *Agricultura y Sociedad*, 80-81, 31-56.
- Bertozi, L. (1998). Tipicidad alimentaria y dieta mediterránea. En: Barusi, A.; Medina, F. X. y Colesanti, Gm (Ed). *El color en la alimentación mediterránea. Elementos sensoriales y culturales de la nutrición* (125-142). Icaria.
- Cáceres, J. y Espeitx, E. (2005). *Cuines en migración. Alimentació i salut d'equatorians, marroquins i senegalesos a Catalunya*. Fundació Jaume Bofill – Obra Social Caixa Sabadell.
- Cáceres Nevot, J. y Espeitx Bernat, E. (2010). *Comensales, consumidores, ciudadanos: una perspectiva sobre los múltiples significados de la alimentación en el siglo XX*. Ediciones de Intervención Cultural – Montesinos.
- Chen-Tsang, T. (2016). Memorable Tourist Experiences and Place Attachment When Consuming Local Food. *International Journal of Tourism Research*, 18(6), 536–548. <https://doi.org/10.1002/jtr.2070>
- Conde Caballero, D y Mariano Juárez, L. (2022) “Alimentación, sostenibilidad y tradición. Una etnografía de la revitalización gastronómica de las Hurdes (España) “. En: Conde, D.; Mariano, L. y Medina, F. X. *Gastronomía, cultura y sostenibilidad. Etnografías contemporáneas*. Icaria, 2022 (135-155).
- Conde Caballero, D. y Mariano Juárez, L. (2023). *Las recetas del hambre. La comida de los años de posguerra*. Planeta.
- Conde-Caballero, D., Rivero-Jimenez, B. y Mariano-Juarez, L. (2021). Memories of hunger, continuities, and food choices: An ethnography of the elderly in extremadura (Spain). *Appetite*, 164 (December 2020), 105267.
<https://doi.org/10.1016/j.appet.2021.105267>

- Conde Caballero, D.; Rivero Jimenez, B. y Mariano Juarez, L. (2023). "Tradition, upward social mobility, and sophistication: An ethnographic appraisal of the patatera". *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 31. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2022.100651>
- Espeitx, E. (2005) Patrimonio alimentario y turismo: una relación singular, 2 (2), 193-213. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2004.02.016>
- Espeitx, E. (2011). Productos "de la tierra" y alimentos transgénicos: tradición e innovación como atributos valorados y como factores de riesgo. En: Cáceres Nevot, J. y Espeitx Bernat, E. *Sabores culturales. Ensayos sobre alimentación y cultura*. (118-158). Ediciones de Intervención Cultural – Montesinos.
- Espeitx Bernat, E. y Cáceres Nevot, J. (2010). La memoria de la escasez en la Barcelona de la posguerra (1939-1953). *Stadium*, 16, 163-187.
- Espeitx Bernat, E. y Cáceres Nevot, J. (2019). Manera de clasificar los alimentos y elecciones alimentarias. *Revista de Antropología Iberoamericana*, 24 (1), 145-168.
- Espeitx, E.; Cáceres, J y Massanés, T. (2001). *Com a la llosa, res: les transformacions alimentàries al Pallars Sobirà i l'Alt Urgell*. Generalitat de Catalunya.
- González, S. (2018). Introduction: Studying markets as spaces of contestation. En: Gonzalez. S. (Ed.). *Contested Markets, Contested Cities. Gentrification and Urban Justice in Retail Spaces* (1-18). Abingdon.
- Medina, F. X.; Aguilar, A. (2022). "¿Hacia sistemas alimentarios sostenibles en contextos culturalmente coherentes? Debates en torno a la cultura, la sostenibilidad y la dieta mediterránea. En: Conde, D.; Mariano, L. y Medina, F. X. (Ed.) *Gastronomía, cultura y sostenibilidad. Etnografías contemporáneas* (25-40). Icaria.
- Medina, F. X.; Solanilla, L. (2013). Patrimonio culinario, institucionalización y medios digitales. *ph investigación* [en línea], 1, 55-74 <http://www.iaph.es/phinvestigacion/index.php/phinvestigacion/article/view/13>
- Pedret Massanet, C.; López-Lago Ortiz, L.; Allen-Perkins, D. (2023). From stigma to haute cuisine: Strategies , agents , and discourses in the revalorisation of Carob as a gourmet product. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 31(February), 100677. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2023.100677>
- Pieniak, Z.; Verveke, W.; Vanhonacker, F.; Guerrero, L. y Hersleth, M. (2009). Association between traditional food consumption and motives for food choice in six European countries. *Appetite*, 531, 101-108.
- Poulain, J.-P. 8 (2002). *Sociologies de l'alimentation*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Rivero Jiménez, B. (2022). La sostenibilidad como imperativo contemporáneo. Propuestas para el debate. In D. Conde, L. Mariano, & F. X. Medina (Eds.), *Gastronomía, cultura y sostenibilidad. Etnografías contemporáneas* (157–170). Icaria.

- Rico Jerez, M. (2023). Tourism marketing of the Autonomous Communities of Spain to promote gastronomy as part of their destinations branding. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 32.
<https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2023.100727>
- Santana, A. (2003). Mirando culturas: la antropología del turismo. En: Rubio, A. *Sociología del turismo*. Barcelona: Ariel.
- Sims, R. (2009). Food, place and authenticity: Local food and the sustainable tourism experience. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(3), 321–336.
<https://doi.org/10.1080/09669580802359293>



**ENTRE LOS KOSHER Y LO KOOLSHER: GOURMETIZACIÓN DE LA COCINA
JUDÍA EN BUENOS AIRES (ARGENTINA)**

**BETWEEN KOSHER AND KOOLSHER: GOURMETISATION OF JEWISH CUISINE
IN BUENOS AIRES (ARGENTINA)**

**ENTRE O KOSHER E O KOOLSHER: GOURMETIZAÇÃO DA COZINHA JUDAICA
EM BUENOS AIRES (ARGENTINA)**

PEÑA JIMÉNEZ, L.
Universidad de Granada
lorenapjz@ugr.es
Orcid: 0000-0002-1248-859

Recibido: 21/07/2023

Aceptado: 05/09/2023

RESUMEN

Definida como el mapa culinario más amplio del mundo, la cocina judía se ha incluido con solvencia en las dinámicas propias del capitalismo tardío multiculturalista. Es una tradición culinaria que se labró dentro de los hogares, pero ahora también es una cocina que ha iniciado una historia nueva: la *Nouveau Jewish Cuisine*. Con ella, los recetarios no se configuran solo considerando las tradiciones o las leyes del *kashrut* sino, principalmente, mediante las influencias que ejercen los procesos sociales, económicos y culturales en torno al consumo culinario. Así, el objetivo de este artículo será examinar cómo se ha producido la gourmetización de la restauración judía de la ciudad de Buenos Aires. Las distintas tendencias definidas mostrarán cómo las formas de gourmetización de la cocina judía están intrínsecamente relacionadas con las distintas geografías del capital económico, cultural y simbólico de la ciudad.

Palabras clave: Cocina judía; identidad alimentaria; gourmetización; cocinas populares; Buenos Aires.

ABSTRACT

Defined as the most extensive culinary map of the world, Jewish cuisine has been firmly included in the dynamics of late multiculturalist capitalism. It is a culinary tradition that was forged inside the home, but now it is also a cuisine that has begun a new history: the *Nouveau Jewish Cuisine*. With it, the recipes are configured not only considering the traditions or the kashrut's laws but mainly by the influences exerted by social, economic, and cultural processes around culinary consumption. Therefore, this article will examine how the gourmetisation of Jewish restaurants in Buenos Aires has taken place. The different trends will show how the gourmetisation of Jewish cuisine is intrinsically related to the different geographies of the city's economic, cultural, and symbolic capital.

Keywords: Jewish cuisine; Food identity; Gourmetization; popular cuisines; Buenos Aires.

I. INTRODUCCIÓN

De entre los numerosos temas a los que se presta la presencia judía en Buenos Aires, el de la relación entre identidad, distinción y cocinas resulta especialmente determinante. El tema en su conjunto remite a un vínculo que ya no se modela por la centralidad de lo religioso en la vertebración de la comunidad y sus prácticas, ni tampoco por la relación dependiente que la alimentación siempre establece con los paisajes de la memoria y la tradición familiar. Desde luego, la cocina judía es, ante todo, una expresión de creencias religiosas y de identificación étnica tanto como de la historia cultural o familiar de cada comunidad. Pero a este estado de cosas hay que adosar ahora una cualidad específica, a saber: que lo judío y, particularmente su expresión gastronómica, responde también a los rigores que establecen las geografías del capital económico, cultural y simbólico de las ciudades.

Y es que, análogo tanto al boom gastronómico internacional como a los procesos de gourmetización asidos a él, el dinámico circuito gastronómico porteño también ha impulsado transformaciones significativas no solo en los usos y significados de determinados alimentos, sino en la recodificación de tradiciones culinarias en su totalidad. Es el caso de la cocina judía, que si antes estaba asociada a los valores de pobreza y escasez (Gross, 2019) y gozaba de la peor reputación por anticuada, grasienta, insípida o demasiado cocida (Davis, 2002; Ozersky, 2011; Ziegelman, 2010), ahora es reivindicada incluso desde la alta cocina como el mapa culinario más amplio del mundo (Peralta Sainz, 2023).

En consecuencia, y en seguimiento de la línea marcada por otras investigaciones en torno al reposicionamiento de cocinas enteras (Ferguson, 2006; Fonseca 2005; Byrkjeflot, Pedersen y Svejenova, 2013), este trabajo tiene como propósito describir y analizar cómo se ha dado dicho proceso en la cocina judía de la capital argentina. Me limitaré a una constatación que si bien, en parte, se deriva de los presupuestos de la gentrificación alimentaria inspirados por la obra Bourdieu (e.g. Zukin, 1993; 1995), no es algo evidente en toda la literatura, esto es: que los procesos de gourmetización están tanto o más supeditados a la dimensión espacial como a las culturas alimentarias y servicios culinarios puestos en juego debido al claro vínculo entre las distintas configuraciones de clase y los distintos valores que legitiman y le son atribuidos, precisamente, a lo gourmet. Así, tras una breve historia de la gourmetización de la cocina judía en términos globales, se analizará su presencia en la escena gastronómica porteña a través de los restaurantes, pues son estos, a mi entender, los lugares más significativos en términos de trabajo simbólico, valoración cultural, sociabilidad, política y placer (Beriss y Sutton, 2007). Esto

permitirá codificar dos tendencias que, en su comparativa, mostrarán cómo las formas de gourmetización están, en efecto, intrínsecamente atravesadas por la estratificación del espacio.

II. METODOLOGÍA

La metodología que fundamenta este escrito combina dos formas de trabajo diferentes. Por una parte, sigue la perspectiva clásica de la antropología de la alimentación y los principios clásicos del trabajo de campo (Hammersley y Atkinson, 1994; Macbeth y MacClancy, 2004) para plantear así un estudio cualitativo de naturaleza hermenéutica e interpretativa. En este sentido, la mayor parte de los datos empíricos se obtuvieron durante el trabajo de campo que tuvo lugar en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires entre julio de 2022 y abril de 2023. Se hizo un recorrido por todos los restaurantes que ofertaban comida judía en la capital argentina con el objetivo de constituir una constelación lo suficientemente representativa como para vislumbrar cuáles eran las dinámicas que estaban en juego dentro de cada espacio social. Pero además de ello, y en tanto que lo considero un espacio ineludible en la constitución actual de los discursos y gustos culinarios (Irimiás y Volo, 2022; del Moral, 2020), también me he servido de las herramientas que brinda la etnografía virtual (Kozinets, 2019; Hine, 2000) para analizar el contenido relacionado con la cocina judía porteña en sitios web especializados, en redes sociales y en medios de comunicación.

La principal vía de recolección de datos fue la observación directa sistemática y controlada de cada uno de los negocios, de los menús que se ofrecían, pero también las redes sociales y las notas periodísticas. Toda esa información obtenida se ordenó en el diario de campo en diferentes unidades de análisis inspiradas en Freeman y Hannan (1983): localización, precio, presentación de los platos, técnica (horas de operación), sofisticación, diversidad de elementos del menú y gama de servicios ofrecidos. Una vez ordenados, todos los datos fueron cruzados y contrastados con la información obtenida de la literatura científica utilizada como marco de referencia.

III. UNA NUEVA COCINA JUDÍA: DE LOS HOGARES A LAS MESAS DE LA ALTA COCINA

Hay tres maneras de interpretar el concepto «cocina judía» en la actualidad correspondiendo a tres connotaciones distintas de la palabra «judía». En un sentido limitado, pero elemental, se puede comprender en primer lugar como

una cocina moldeada por las regulaciones del *kashrut*. Considerado históricamente como el fortín contra la aculturación (Fischler, 1995), lo *kosher*, por un lado, constituyó (y todavía constituye) el medio por el que se crearon narrativas de filiación, solidaridad y singularidad en el contexto de una comunidad diaspórica (Petrini, 2018) y, por otro, articuló (y sigue articulando) variaciones sobre los sistemas alimentarios de los lugares de acogida en virtud de la restricción de los ingredientes tanto como por la aportación de modos de preparación y elaboración propios.

Ahora bien, el elemento religioso está lejos de ser lo único *judaizante* de esta cocina. Porque si para algunos judíos en la actualidad la observación de ley religiosa es inseparable de su identidad, para otros, es posible proclamar su judaísmo desde la flexibilidad e, incluso, desde el no seguimiento de lo que dicta la creencia. Disueltos los límites en torno a la condición judía, esta cocina es, en segundo lugar, la de los platos transmitidos en el seno familiar, sea este o no observante. Porque se trata, en cualquier caso, de un imaginario de tenor identitario que abarca tanto prácticas afines con lo religioso como otras supeditadas a lo cultural o sentimental del pasado judío.

Pero si el núcleo se encuentra en los hogares (Roden, 1999), también es cierto que esta cocina no ha dejado de evolucionar, expandirse y reinventarse en los últimos 150 años por dos cosas, en concreto: de un lado, por la nueva y próspera fase que comenzó tras la afluencia masiva de judíos asquenazíes a Estados Unidos a finales del siglo XIX y su inserción en la sociedad norteamericana; de otro, por el hito que supuso el establecimiento del Estado de Israel, no solo por la apropiación de técnicas y platos (cf. Hirsch 2011) sino por el desarrollo de una cocina fusión, innovadora y secular siempre vinculada a la construcción del hogar nacional judío (cf. Raviv, 2015). Es, de hecho, en este último sentido que entendemos que la cocina judía incluye igualmente (y aquí la última manera de entender hoy nuestro sintagma) a la cocina israelí.

Será finalmente el siglo XXI quien, de la mano de una nueva generación de chefs, atestigüe un fuerte y renovado interés por los platos de la cocina culturalmente judía y dé paso a la *Nouveau Jewish Cuisine* (cf. Koenig, 2019). A partir de este momento, principalmente en Estados Unidos, pero también en otros lugares de la diáspora e Israel, los recetarios se empezarán a configurar no meramente considerando las tradiciones familiares o los mandatos religiosos sino también las influencias que los procesos sociales, económicos y culturales ejercen dentro de las tendencias mundiales en torno al consumo culinario (cf. Johnston y Baumann, 2015; Harris and Phillips 2021). Lugares como *Wise Sons* (con el *eslogan* «for Jews Who Like Food and Food Lovers Who

Like Jews»), en California, se proclamarán *delis* de nueva generación cuyo objetivo es «preservar nuestro pasado y hacer que sepa mejor» (Bloom y Levin, 2020, traducción mía). Otros, como *Shalom Japan*, muy cerca de Williamsburg, el barrio jasídico de Nueva York, jugarán con la fusión de tradiciones para crear platos tan novedosos como el *Matzoh Ball Ramen* (mezcla de ramen y sopa de *kneidalaj*) o una jalá con *sake kasu* y acompañada de mantequilla de pasas. Y, por supuesto, también se harán hueco los restaurantes israelíes de alta cocina y de los que *Tekés* (París), *Miznon* (Londres y París), *Prism* (Berlín) o *Saba* (Nueva Orleans) son solo algunos ejemplos. Todo esto, junto a propuestas como la agrupación hostelera *CookNSolo*, en Filadelfia o el éxito editorial de *Jerusalem* (Ottolenghi y Tamimi, 2012) y la aparición del libro *The Jewish Cookbook* (Koenig, 2019) en el catálogo de la editorial Phaidon, no son solo pruebas de la nueva y vibrante gastronomía judía sino, especialmente, de los esfuerzos por recuperarla o reivindicarla a través de su gourmetización.

IV. LA COCINA JUDÍA EN BUENOS AIRES

La popularización de la cocina judía en Buenos Aires coincidió temporalmente con las dinámicas descritas en el ámbito global y, específicamente, con el florecimiento de la citada *Nouveau Jewish Cuisine*. De hecho, antes de que esto sucediese, pocos eran los lugares que la servían y, si los había, estaban pensados casi exclusivamente para los integrantes de la comunidad. Será a comienzos del presente siglo cuando empiecen a aparecer negocios que ofrezcan especialidades judías más allá de los hogares y las rotiserías de la ciudad (cf. Sorba, 2020).

En lo tocante a los restaurantes *kosher*¹, el estudio deberá advertir una particularidad, esta es, su distribución en torno a dos polos perfectamente diferenciados vinculados con dos geografías distintas de la ciudad: por un lado, aquellos que se ubican en áreas con una alta concentración judía observante (principalmente, Once y Flores) y, por otro, los situados en el borde residencial altamente consolidado para los sectores de ingresos medios-altos y altos de la ciudad (cf. De Grande y Salvia, 2019). La característica común es que en ninguno de ellos la comida *culturalmente* judía tiene un papel relevante, pues la marca de identidad viene aquí, primordialmente, por vía del seguimiento de las leyes

¹ Igual que sucede con los alimentos, los restaurantes también requieren una certificación *kosher*. Esto implica las visitas de un rabino o inspector que supervisa que tanto el menú como los productos y las recetas respeten los preceptos bíblicos. Por ejemplo, *Al Galope* cuenta con dos supervisores rotativos designados por el Gran Rabinato de la Congregación Sefaradí de Buenos Aires (cf. Avramow, 2022).

dietéticas. De hecho, aunque en el primer ámbito existen algunos restaurantes, como *Yafo Kosher* (San Luis 2741 y Argerich 561), que ofrecen especialidades judías o platos israelíes con sello *kosher*, lo cierto es que la escena allí está dominada por otros que muestran tanto la asimilación de las prácticas alimentarias a la sociedad argentina con parillas y lugares de venta de empanadas (ej. *Al Galope* [Tucumán 2633] o *La Empanadería Kosher* [Tucumán 2792], respectivamente), como la inserción de la comunidad en las dinámicas del consumo cosmopolita de la tardomodernidad. En este sentido, es particularmente relevante la presencia de pizzerías (*Soultani* [San Luis 2652]), la gran oferta de lugares de sushi (*Salemertino* [Paso 751], *Sushi KO* [Argerich 915]) o, incluso, el McDonald's *kosher* del Abasto (Av. Corrientes 3247), que siendo el único fuera de Israel con estas características y aun dando pérdidas, se mantiene por considerarse un servicio a la comunidad (Colón Moleiro, 2016).

Ahora bien, si lo que se quiere es hablar de gourmetización, la espacialidad se hace particularmente significativa por cómo involucra a las formas y significados que toma el acto de comer en función de criterios de distinción social. Para encontrar lugares *kosher* gourmet es necesario trasladarse a espacios distintos en lo que respecta a la sociabilidad y manifestación de estatus y prestigio. Concretamente hay que ir hasta barrio Norte, las zonas cercanas a los bosques de Palermo o Puerto Madero para descubrir lugares como *Luba Café* (Ayacucho 1412), un proyecto que, junto a *Jabad Lubavitch*, se define como un establecimiento de alto nivel que brinda «comida kosher de autor con un toque francés» (Infobae, 2023); *Bibi's Burger* (Av. Raúl Scalabrini Ortiz 3114), que adopta la tipología de un *diner* americano para proveer de una hamburguesería moderna «a familias y jóvenes judíos que no encontraban lugares copados para comer» (Infobae, 2023) o *Glitter (glatt kosher)*² y *Milk & Co.*, los dos restaurantes asociados al hotel de lujo Alvear Palace (Av. Alvear 1891).

Volveré sobre esta última geografía (o *metageografía*) más adelante, pero en pro de perfilar definitivamente la cartografía de la gourmetización judía en la ciudad, antes quisiera centrarme en los derroteros que han seguido los restaurantes que ofrecen comida *cultural* o *tradicionalmente* judía (no *kosher*) e israelí. Porque así como la gastronomía *kosher* abandona la centralidad de la vida comunitaria y conquista otros espacios claramente afines a los consumos

² *Glatt kosher* significa «estricta o perfectamente *kosher*». Los judíos ortodoxos asquenazíes lo tomaron del ídish *glatt kosher*, es decir, la condición impecable o, más literalmente «suave», de los pulmones de un animal sacrificado que hace que sea ritualmente limpio según los estándares más exigentes. Por ende, un restaurante *glatt kosher* es, consecuentemente, aquel que cumple los más altos estándares de calidad.

de las clases medias-altas y altas, el hecho de que los demás también participen de estas dinámicas marca manifiestamente que existen formas distintas de gourmetización siempre coincidentes con las geografías del capital económico, cultural y simbólico de las ciudades. De hecho, es por ello por lo que podría decirse que la gourmetización de lo judío en Buenos Aires delimita lo que Neal denominó *metageografías*, esto es, patrones de ubicación cuya lectura simbólica habilita la demarcación de unas identidades de consumo (2006) que, a la postre, permiten codificar dos perspectivas distintas del mismo proceso.

Específicamente, los restaurantes judíos no *kosher* se distribuyen entre Villa Crespo o la parte requalificada de Palermo, de un lado, y las zonas tradicionalmente vinculadas a las clases altas de la ciudad porteña, de otro. Con respecto a lo primero, los más representativos de la cocina *culturalmente* judía serían *La Crespo* (Vera 1001), el deli pionero del *boom* de esta cocina en Buenos Aires; *Hola Jacoba* (Thames 1801) y su interpretación renovada de las recetas clásicas del patrimonio culinario judío; *Sheikob's Bagels* (Uriarte 1386) y sus ecos neoyorquinos; *Moisha Bakery* (Larrea 1531; Av. Rivadavia 5108; Manuel Pedraza 2288; Díaz Colodrero 2320) y, por último, *El Chiri de Villa Kreplaj* (Juan Ramírez de Velasco 701), la «neo cantina judía artesanal familiar» que sirve «platos informales y generosos inspirados, en muchos casos, en el recetario judío» (Sorba, 2022). La cocina israelí, por su parte, estaría representada en *Eretz Cantina Israelí* (Honduras 4709), *Benaïm* (Gorriti 4015), *La Baït de Eretz* (Lerma 525) o *Midbar* (Aguirre 971).

Hay una característica que los acomuna, a saber: que fueron los agentes reflexivos de la nueva clase media urbana los que jugaron el papel determinante en la proliferación de estos locales judíos. A través de sus prácticas, proporcionaron una crítica sobre el barrio y sus servicios, compusieron un discurso sobre la vecindad y modificaron sus valores y significados. Incluso, esto es así si hablamos del único restaurante *kosher* que podemos encontrar aquí, la hamburguesería *Bibi's Burger*, perfectamente adaptada a los gustos del barrio. Esta nueva clase urbana, tal y como sugirieron Seabrook (2000) y Brooks (2010), resquebrajó la oposición entre alta y baja cultura, especialmente, mediante una nueva forma cultural basada en el desprecio del consumo de lujo obvio u ostentación banal. Y, en este orden de cosas, también fue la que diseminó la preferencia por lo casero y lo simple y, en definitiva, el gusto por los alimentos humildes en contraposición con el exceso industrial (cf. Wincott, 2017).

Además, esto se acentúa si consideramos que Villa Crespo (también llamado *Villa Kreplaj*)³ es, de facto, el epicentro de lo que podría considerarse la cocina *koolsher*:

El *borsch* —la sopa de remolacha arquetípica— viene en Villa Kreplaj con la misma crema ácida milenaria (*smétene*). Los *varenikes* se aggiornan con títulos refundados *alla funghi* o al oporto, pero lo esencial se mantiene en el rescate de la memoria antigua, que solo algunas pocas cosas despiertan, y que hace un par de generaciones se debía ir a buscar al otro lado del océano (Gorodischer, 2022).

Es más, quizá valga la pena detenerse en *Moisha Bakery*, sobre todo, por cómo capitaliza efectivamente lo judío y condensa todas las dinámicas apuntadas. Con una estética que recuerda, precisamente, al *deli* californiano *Wise Sons*, *Moisha* ofrece las clásicas recetas del patrimonio culinario judío, pero adaptadas a un nuevo contexto. Según Cynthia Helueni, dueña del negocio: «Las redes sociales son superimportantes en lo que hacemos [...] Creo que nuestro sello principal es la imagen, nos encargamos mucho del *packaging*, de darle una impronta moderna, canchera y más que nada de mantener la calidad y los sabores intactos de nuestra infancia para que uno pueda recordar lo que comía cuando era chico» (El Nueve Argentina, 2022). Y es, justo, a partir de esa impronta moderna que fusionan las recetas argentinas con las judías para crear platos como la *jalanesa*, un sándwich de milanesa de peceto⁴ con pan jalá, el pastrón al Malbec (uno de los vinos varietales más representativos de Argentina) o el *pretzel* pizza.

Ahora bien, un análisis minucioso ha de registrar que todo ello gravita, sin perjuicio de lo dicho, en torno a la franca conexión que estos procesos entablan con la reconfiguración de la identidad judía en términos más amplios. Porque esta gourmetización no es sino otra consecuencia más de una nueva sensibilidad judía profundamente emotiva (cf. Mendes-Flohr, 2021) que, en paralelo con las tendencias *Heebster*, *Jewcy* o *Koolsher*⁵ estadounidenses, es

³ Después del Once, Villa Crespo es considerado el barrio más marcadamente judío de Buenos Aires. Con una diferencia: históricamente, predominaron los judíos asquenazíes. El apodo cariñoso de *Villa Kreplaj* es, pues, una suerte de guiño que alude a esto mediante la referencia a uno de los platos más típicos de los judíos de Europa Oriental, el *kreplaj*, una pasta rellena de carne (o, eventualmente, de queso o verdura).

⁴ La milanesa de peceto es un plato originario argentino hecho a partir de un corte de carne vacuna del cuarto trasero rebozado con huevo, eventualmente ajo y perejil, pan rallado y finalmente frito.

⁵ Todos los términos son juegos de palabras que expresan tanto una nueva sensibilidad como las expresiones, negociaciones e interpretaciones hechas del judaísmo en combinación con la cultura urbana. *Heebster* es un neologismo derivado de la asociación de los términos de

capaz de hilvanar la cultura urbana y su estética con fragmentos de la tradición judía. De ahí que las propuestas culinarias persigan como lugar común establecer un vínculo emotivo con el comensal y de ahí que de lo que se trate es de hacer una «sofisticación de lo simple» (Arizaga, 2017) donde lo evocativo ocupe el lugar central.

Cocina *aggiornada*, cocina *cool*, cocina *koolsher*. La gourmetización de lo judío debe entenderse, pues, como una variable más en el análisis de las transformaciones del barrio, sobre todo, en virtud de los cambios culturales que esas nuevas clases medias urbanas (judías) ejercieron sobre consumos y prácticas, unos cambios fondeados tanto por la combinación del hedonismo con el gusto por lo propio, lo auténtico y lo singular como signos distintivos de clase (cf. González Bracco y Arizaga 2019) como por la redefinición identitaria. Así, mediante la interpretación de un capital cultural, lo judío consiguió establecer un nuevo valor de mercado reivindicando y, sobre todo, reinventando el legado por vía de las emociones y los recuerdos familiares. En definitiva, la cocina judía en estas áreas, igual que la recuperación de otros alimentos asociados a lo popular, toma forma de conformidad con las preferencias y valores propios de unas clases sociales que, aun careciendo del máximo capital económico, sí poseen un importante capital cultural (Wincott, 2017). Es en este sentido que la proliferación de restaurantes concurriría bajo la búsqueda y creación de nuevos espacios por fuera del judaísmo institucionalizado.⁶

Cuestión aparte son los restaurantes de alta cocina judía. Me refiero, concretamente, a *Mishiguene* (Lafinur 3368), *Café Mishiguene* (Cabello 3181) y *Fayer* (Av. Cerviño 4417) en lo que respecta a los restaurantes judíos no *kosher* y a *Luba Café* y los dos restaurantes asociados al hotel Alvear Palace anteriormente citados. *Mishiguene*, abierto desde 2014 es, de hecho, el más importante, no solo por estar incluido en la prestigiosa lista *Latin America's 50 Best Restaurants*, sino porque lideró la reconversión de la cocina judía en alta cocina en América Latina. En esta línea se encuentran también otros establecimientos como *Fayer*, que desde su inauguración en 2017 se apunta a

hípster y *heeb* (variación del insulto *hebe*, ahora resignificado); *Jewcy* es el resultado de *jew* (judío) y *juicy* (jugoso) y haría referencia a una suerte de, Bauman mediante, judaísmo líquido; *Koolsher*, por último, sería el producto de *cooly kosher* (cf. Klug, 2008; Aldregde, 2009; Hupert, 2014; Kutzman, 2007; Caro, 2010).

⁶ Aunque mi foco sea otro, es necesario advertir que el análisis sobre el *revival* nostálgico de la cocina judía asquenazí en Estados Unidos hecho por Rachel Gross apunta a que quizá este tipo de consumo alimentario no sea solo el resultado de las dinámicas propias de la gourmetización y revalorización de tradiciones alimentarias (y, por tanto, solo una práctica cultural), sino que también podría considerarse una práctica religiosa más (2021).

una fusión entre la cocina israelí contemporánea y la parrilla argentina, y *Café Mishiguene* (2021), una versión *deli*, más informal y sencilla del restaurante homónimo.

Todos los aquí citados son lugares que, aun formando parte del *boom* de la cocina judía de la que participa Villa Crespo o Palermo, no son fruto o no acompañan del todo ese proceso de recualificación (Lacarrière et al. 2011) que, en parte, explicarían los lineamientos gourmet del primer espacio. La cocina practicada en *Mishiguene* (y *cía.*) no responde a los principios de lo *koolsher*, sobre todo, por una diferencia fundamental con respecto a los que sí: su localización y, consecuentemente, las valencias simbólicas que a ella acompañan. Porque en la alta cocina existe una variación que no es aleatoria sino coincidente con los diferentes niveles de estatus. O, dicho de otra manera: en tanto que los distintos agentes le confieren distintos valores a la comida popular, también requieren distintos estándares en la preparación, adaptación y consumo de dicha cocina.

Hay, sí, gourmetización en ambos ámbitos, pero también una diferencia radical que no viene dada por el aumento del estatus del producto (característica compartida) sino por las estrategias de valorización que se ponen en juego. Mientras que en el primero la gourmetización se vincula a las necesidades de comensalidad de aquella denominada nueva clase media urbana (y los valores por los que se transitan a condición suya), en la segunda, se suman, además, otras estrategias propias de las clases altas.

Como se indicó anteriormente, estos restaurantes están ubicados en la *caña* de riqueza de la ciudad, por lo que si su situación denota algo es la polarización socioespacial porteña. Y esto es especialmente relevante si se tiene en consideración que, de acuerdo con Boterman (2017), los restaurantes de alta cocina son lugares de consumo que permiten la constitución de determinadas clases sociales y, por ende, donde todo está encaminado a simbolizar la exclusividad del lugar, reflejar la posición de estatus, conformarla y mantenerla. Así es que, en contraste con aquellos espacios recualificados, su relación con lo urbano declara la inscripción en el universo del lujo. No son lugares de consumo masivo, sino de acceso restringido que, en virtud de tal condición, combinan la proyección de límites implícitos con medidas explícitas de contención (Ortiz 2019). Y esto ocurrirá mediante el precio como dimensión de estatus y demarcación de fronteras, pero, sobre todo, mediante las cualidades intrínsecas que definen al universo del lujo y que configurarán las versiones hechas sobre la cocina judía. Por ejemplo: «El plan [en *Mishiguene*] no es emular los platos de la infancia —¿quién podría cocinar un *guefilte fish*

mejor que el de la abuela? — sino rescatar sabores y presentarlos en formas nuevas. Así, el *guefílte* de Kalika se sirve con gelatina de zanahorias y reducción de *jrein* picante y se cocina al vacío envuelto en su propia piel» (Página12, 2014).

Lo más relevante para la reivindicación de esta cocina ya no será el vínculo emotivo con el pasado judío (que también), sino que será, como sucede en el resto de los restaurantes de alta gastronomía, la calidad y el sabor junto a los aspectos estéticos y hedónicos (Basil y Basil, 2009). En *Glitter* dirán: «Sinceramente no nos gusta hablar de lujo, pero sin dudas se trata de un restó kosher sofisticado. Ofrecemos una gastronomía más delicada que el resto de los restaurantes que ofrecen cocina kosher en la Argentina» (Reina, 2019). Lujo, sofisticación y delicadeza. La cocina judía se gourmetiza aquí a través del aburguesamiento o, si se quiere, afrancesamiento formal y estructural que conlleva el empleo de las técnicas de cocina francesa (entendidas aún como un «estándar de oro» [Johnston y Baumann, 2015]) como base para la distinción. La gourmetización se da allí, en suma, por vía de su participación en los parámetros de la exclusividad y de una calidad garantizada no solo por la selección (exclusiva) de las materias primas sino por el precio, la aplicación de las técnicas de alta cocina y un refinamiento especialmente palpable en los estrictos estándares estéticos con los que se presentan los platos.

V. CONCLUSIONES

La gourmetización de la cocina judía revela, en Buenos Aires, aspectos de distinta naturaleza. Clara muestra de cómo una tradición culinaria entera puede salir de sus fronteras comunitarias para plasmarse decididamente en el panorama gastronómico internacional, este proceso de revalorización culinaria no puede ser reducido, empero, a su mera introducción en las dinámicas de consumo globales. En la práctica, el florecimiento de restaurantes judíos fue significativo no solo por la popularización de esta tradición culinaria, sino también por la determinante función que cumplió en la configuración de otra forma de expresión más de la identidad judía contemporánea. Se trata, pues, de un proceso que ocurre en el campo culinario, pero que, a partir de ahí, es capaz de articular tanto el campo de lo identitario como el de la distinción social.

En este sentido, dos son las variantes de la gourmetización judía que he encontrado y que constituyen lo que he venido a llamar dos *metageografías* distintas. La primera sería la coincidente con aquella zona fuertemente afectada por una nueva clase media que, en sintonía con la reconfiguración identitaria judía, reivindica la cocina tradicional desde el vínculo identitario y emotivo; la

segunda, por su parte, es la relativa al borde residencial históricamente coincidente con los sectores de ingresos medios-altos y altos de la ciudad y donde la gourmetización queda inserta dentro de las prácticas y el campo simbólico de la alta cocina y de los valores asociados al lujo que marcan el refinamiento y la distinción social, económica y cultural de las prácticas culinarias propias de las clases altas y sus consumos.

Dichos procesos de gourmetización apuntan, en consecuencia, a una forma de representación de la clase social fruto de condiciones relacionadas con el objeto, pero, sobre todo, con el contexto social en el que este se sitúe. Es decir, que la gourmetización de una cocina no debería entenderse como algo homogéneo, sino como un proceso que siempre auxilia a, o entra en relación con, otras lógicas de distinción social. O esto es, por lo menos, lo que termina por descubrir el color profundamente local que la cocina judía adopta en la capital argentina. No obstante, vale la pena advertir las limitaciones del escrito: se necesita más investigación para terminar de perfilar estas dinámicas. Como siguiente paso, se podrían espigar algunos ejemplos capaces de mostrar comparativamente cómo los significados atribuidos a esta comida son diferentes con relación al espacio y a su propia lógica interna.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aldredge, M. (2009). Heebster: Community and Identity (Re)construction of Urban Jewish Hipsters. En Harden, B. G. y Carley, R. (eds.). *Co-opting Culture. Culture and Power in Sociology and Cultural Studies*. Lanham: Lexington Books.
- Arizaga, C. (2017). *Sociología de la felicidad. Autenticidad, bienestar y management del yo*. Buenos Aires: Biblos.
- Avramow, M. (26 de septiembre de 2022). Al Galope. Le vendían carne al último rey de Egipto y fundaron la primera parrilla kosher de Buenos Aires. *La Nación*. <https://www.lanacion.com.ar/lifestyle/al-galope-le-vendian-carne-al-ultimo-rey-de-egipto-y-fundaron-la-primera-parrilla-kosher-de-buenos-nid26092022/>
- Basil, M. y Basil, D. Z. (2009). Reflections on Ultra-Fine Dining Experiences. En Lindgreen, A., Vanhamme, J. y Beverland, M. B. *Memorable Customer Experiences. A Research Anthology*. Londres y Nueva York: Gower.
- Beriss, D. y Sutton, D. (eds.). (2007). *The Restaurants Book. Ethnographies of Where We Eat*. Oxford y Nueva York: Berg.
- Bloom, E. y Levin, R. (2020). *Eat Something: A Wise Sons Cookbook for Jews Who Like Food and Food Lovers Who Like Jews*. San Francisco: Chronicle Books.
- Boterman, W. R. (2017). A Flavour of Class-Based Spatial Change: Geographies of Haute Cuisine in the Netherlands. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 109(1), 161-170. <https://doi.org/10.1111/tesg.12268>.

- Bourdieu, P. (1988). *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.
- Bourdieu, P. (2010). *El sentido social del gusto. Elementos para una sociología de la cultura*. Buenos Aires: Siglo veintiuno.
- Brooks, D. (2010). *Bobos in Paradise: The New Upper Class and How They Got There*. Nueva York; Londres; Toronto; Sydney: Simon & Schuster Paperbacks.
- Byrkjeflot, H., Pedersen, J. S. y Svejenova, S. (2013). From label to practice: The process of creating new Nordic cuisine. *Journal of Culinary Science & Technology*, 11(1), 36-55. <https://doi.org/10.1080/15428052.2013.754296>
- Caro, I. (2010). *Islam y judaísmo contemporáneos en América Latina. Los casos de Argentina, Brasil y Chile*. Santiago de Chile: RIL editores.
- Colón Moleiro, E. (9 de octubre de 2016). McDonald´s para judíos en Buenos Aires. *El Estímulo*. <https://elestimulo.com/ub/viciosidades/2016-10-09/mc-donalds-para-judios-en-buenos-aires/>
- Davis, M. (2002). *The Mensch Chef: Or Why Delicious Jewish Food Isn't an Oxymoron*. Nueva York: Clarkson Potter.
- De Grande, P., Salvia, A. (2019). Estratificación y desigualdad social (total país), 2010. <https://mapa.poblaciones.org/map/97801>.
- Del Moral, R. G. (2020). Gastronomic Paradigms in Contemporary Western Cuisine: From French Haute Cuisine to Mass Media Gastronomy. *Frontiers in Nutrition*, 10(6), <https://doi.org/10.3389/fnut.2019.00192>.
- El Nueve Argentina (9 de octubre de 2021). Moisha, el primer bakery judío en Buenos Aires [vídeo]. *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=OABjfwuaZDs>
- Ferguson, P. P. (2006). *Accounting for Taste: The Triumph of French Cuisine*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Fischler, C. (1995). *El (h)omnívoro. El gusto, la cocina y el cuerpo*. Anagrama.
- Fonseca, V. (2005). Nuevo Latino: Rebranding Latin American Cuisine. *Consumption Markets & Culture*, 8(2), 95-130. <https://doi.org/10.1080/10253860500112826>
- Freeman, J. y Hannan, M. (1983). Niche Width and the Dynamics of Organizational Populations. *American Journal of Sociology*, 88(6), 1116-1145. <https://www.jstor.org/stable/2778966>.
- González Bracco, M. y Arizaga, M. C. (2019). Retóricas de lo auténtico: estética y sensibilidad en los negocios gastronómicos de la Ciudad de Buenos Aires. Cortés, A., Licona, E. (eds.). *Narrativas culinarias. Miradas etnográficas*. España: Editorial Académica Española: 102-118. URL: <http://hdl.handle.net/11336/129508>
- Gorodischer, J. (18 de julio de 2022). Villa Kreplaj: el circuito gastronómico que aggiornó "el legado de las abuelas" y le cambió el perfil a un barrio. *La Nación*. <https://www.lanacion.com.ar/buenos-aires/villa-kreplaj-el-polo-gastronomico-que-aggiorno-el-legado-de-las-abuelas-y-le-cambio-el-perfil-a-un-nid18072022/>.
- Gross, A. S. (2019). Introduction. En Gross, A. S., Myers, J. y Rosenblum, J. D. (2019). *Feasting and Fasting. The History and Ethics of Jewish Food* [EPub]. Nueva York: New York University Press.
- Gross, R. B. (2021). *Beyond the Synagogue. Jewish Nostalgia as Religious Practice*. Nueva York: New York University Press.

- Hammersley, M. y Atkinson, P. (1994). *Etnografía: Métodos de investigación*. Barcelona: Paidós.
- Harris, D. y Phillips, R. (2021). What's better than a biscuit? Gourmetization and the transformation of a Southern food staple. *Food & Foodways*, 29(3), 23-263. <https://doi.org/10.1080/07409710.2021.1943614>.
- Hine, C. (2000). *Virtual Ethnography*. Londres: Sage Publications.
- Hirsch, D. (2011). "Hummus is best when it is fresh and made by Arabs": The gourmetization of hummus in Israel and the return of the repressed Arab. *American Ethnologist*, 38(4), 617-630.
- Hupert, P. (2014). *Judaísmo líquido: multiculturalismo y judíos solitarios*. Biblos.
- Infobae (12 de marzo de 2023) Los secretos de la cocina kosher y dónde probarla en la Ciudad de Buenos Aires. Infobae. <https://www.infobae.com/tendencias/2023/03/12/los-secretos-de-la-cocina-kosher-y-donde-probarla-en-la-ciudad-de-buenos-aires/>
- Irimiás, A. R. y Volo, S. (2022). Food discourse: ethics and aesthetics on Instagram. *British Food Journal*, 125(13), 34-44. <https://doi.org/10.1108/BFJ-06-2022-0522>.
- Johnston, J. y Baumann, S. (2015). *Foodies. Democracy and Distinction in the Gourmet Foodscape*. Nueva York: Routledge.
- Klug, L. A. (2008). *Cool Jew: The Ultimate Guide for Every Member of the Tribe*. Kansas City: Andrews McMeel Publishing.
- Koenig, L. (2019). *The Jewish Cookbook*. Londres: Phaidon.
- Kozinets, R. (2019). *Netnography: The Essential Guide to Qualitative Media Research*. Los Ángeles: Sage Publications.
- Kurtzman, J. (11 de junio de 2007). The End of the Jewish People *Jewcy*. <http://jewcy.com/jewish-religion-and-beliefs/joey1>.
- Lacarrière, M. et al. (2011). Procesos de recualificación y relegación en la ciudad de Buenos Aires: Repensando la noción de ciudad-fragmento y la despolitización de lo urbano. *Argumentos*, 24(66), 15-35.
- Macbeth, H. y MacClancy, J. (eds.). (2004) *Researching Food Habits. Methods and Problems*. Nueva York: Berghahn Books.
- Mendes-Flohr, P. (2021). *Cultural Disjunctions. Post-Traditional Jewish Identities*. Chicago: University of Chicago Press.
- Neal, Z. P. (2006). Culinary Deserts, Gastronomic Oases: A Classification of US Cities. *Urban Studies*, 43(1), 1-21. <https://www.jstor.org/stable/43197377>.
- Ortiz, R. (2019). *El universo del lujo*. Buenos Aires: Prometeo Libros.
- Ottolenghi, Y. y Tamimi, S. (2012). *Jerusalem: A Cookbook*. Ten Speed Press.
- Ozersky, J. (28 de abril de 2011). The Kugel Conundrum. *Time*. <https://content.time.com/time/nation/article/0,8599,2067923,00.html>
- Página12 (7 de diciembre de 2014). Cocina judía. *Página12*. <https://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/radar/18-10230-2014-12-07.html>

- Peralta Sainz, Á. (16 de abril de 2023). Tomás Kalika: «La cocina judía termina siendo el mapa culinario más grande del mundo». *The Clinic*.
<https://www.theclinic.cl/2023/04/16/tomas-kalika-la-cocina-judia-termina-siendo-el-mapa-culinario-mas-grande-del-mundo/>
- Petrini, C. (2018). Foreword. En Diner, H. R. y S. Cinotto. *Global Jewish Foodways. A History*. Lincoln: University of Nebraska Press.
- Raviv, Y. (2015). *Falafel Nation. Cuisine and the Making of National Identity in Israel*. Lincoln: University of Nebraska Press.
- Reina, L. (16 de marzo de 2019). Glitter, el restaurante glatt kosher que le suma lujo a la cocina judía. *La Nación*. <https://www.lanacion.com.ar/lifestyle/glitter-restaurant-glatt-kosher-le-suma-lujo-nid2228681/>
- Roden, C. (1999). *The Book of Jewish Food*. Londres: Penguin books.
- Seabrook, J. (2000). *Nobrow: The Culture of Marketing, the Marketing of Culture*. Nueva York: Knopf.
- Sorba, P. (31 de julio de 2020). Hola Jacoba: el auge de la nueva cocina judía. *Clarín*. https://www.clarin.com/gourmet/restaurant-hola-jacoba-palermo-critica-pietro-sorba_0_hXl_bfXjs.html
- Sorba, P. (7 de enero de 2022). En Villa Crespo: una cantina judía moderna para comer los platos de la bofe. *Clarín*. https://www.clarin.com/gourmet/villa-crespo-cantina-judia-moderna-comer-platos-bobe_0_Ph43Bdlx.html
- Ziegelman, J. (2010). *97 Orchard: an edible history of five immigrant families in one New York tenement* [EPub]. Nueva York: Harper-Collins.
- Zukin, S. (1993). *Landscapes of Power: From Detroit to Disney World*. Berkeley; Los Ángeles; Londres: University of California Press.
- Zukin, S. (1995). *The Cultures of Cities*. Hoboken: Wiley-Blackwell.



**THE SOCIAL CONSTRUCTION OF “POPULAR” FOODS: EXPLORING
THE RELATIONSHIP BETWEEN ORIGIN AND PRODUCT IN THE RIBERA
DEL GUADIANA DESIGNATION OF ORIGIN**

**LA CONSTRUCCIÓN SOCIAL DE LOS ALIMENTOS "POPULARES":
EXPLORANDO LA RELACIÓN ENTRE ORIGEN Y PRODUCTO EN
LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN RIBERA DEL GUADIANA**

**A CONSTRUÇÃO SOCIAL DOS ALIMENTOS "POPULARES": EXPLORANDO
A RELAÇÃO ENTRE ORIGEM E PRODUTO NA DENOMINAÇÃO DE
ORIGEM RIBERA DEL GUADIANA**

DIEGO ALLEN-PERKINS

Universidade de Santiago de Compostela
diego.allen-perkins@usc.es
Orcid: 0000-0003-2516-125x

Recibido: 19/07/2023

Aceptado: 01/10/2023

ABSTRACT

This research article explores the relationship between origin and product in the context of the economy of qualities, which emphasizes the constructed and negotiated nature of product characteristics in modern market economies. Focusing on the Ribera del Guadiana Designation of Origin (DO) in Extremadura, Spain, the study investigates how specific actions contribute to linking particular attributes to a geographical location and vice versa. The analysis reveals that the relationship between origin and product is not fixed and stable but constantly recreated through processes that combine standardization and contingency. The article highlights the performative

dimension of the “origin” category, showing how it associates the qualities defining the product's uniqueness and connects it to a specific place. The study draws on ethnographic research conducted at the Almendralejo Enological Station, which plays a crucial role in regulating the Ribera del Guadiana DO. Two specific processes of diversified standardization—ripeness control and harvest window adjustment, as well as organoleptic analysis and analytical sample control—are examined in detail. The findings demonstrate the construction of the DO Ribera del Guadiana object as a process and emphasize the role of coordination among various agents in stabilizing product properties. By tracing the journey of the object from the vineyard to the laboratory and through the analytical report, the article sheds light on the dynamic nature of standardization processes and their impact on the relationship between origin and product.

Keywords: Economy of qualities, designation of origin, popular food, food production.

RESUMEN

Este artículo explora la relación entre origen y producto en la denominada economía de las cualidades, que enfatiza la condición construida y negociada de las características de los productos en las modernas economías de Mercado. Centrándose en la Denominación de Origen (DO) Ribera del Guadiana en Extremadura, España, el estudio investiga cómo acciones específicas contribuyen a vincular atributos particulares a una localización geográfica y viceversa. El análisis revela que la relación entre origen y producto no es fija ni estable, sino que se recrea constantemente a través de procesos que combinan normalización y contingencia. El artículo destaca la dimensión performativa de la categoría "origen", mostrando cómo este asocia las cualidades que definen la singularidad del producto y lo vincula a un lugar determinado. El estudio se basa en una investigación etnográfica realizada en la Estación Enológica de Almendralejo, ubicación que desempeña un papel crucial en la regulación de la DO Ribera del Guadiana. Se examinan en detalle dos procesos específicos de normalización diversificada: el control de la madurez y el ajuste de la ventana de cosecha, por un lado; y el análisis organoléptico y el control analítico de muestras, por otro. Los resultados demuestran la construcción procesual del objeto DO Ribera del Guadiana y subrayan el papel de la coordinación que desempeñan los diversos agentes para estabilizar las propiedades del producto. Al seguir el objeto desde el viñedo hasta el laboratorio y a través del informe analítico, el artículo arroja luz sobre la naturaleza dinámica de los procesos de normalización y su impacto en la relación entre origen y producto.

Palabras clave: Economía de las cualidades, Denominación de Origen, comida popular, producción alimentaria.

1. THE RELATIONSHIP BETWEEN ORIGIN AND PRODUCT IN THE CONTEXT OF THE ECONOMY OF QUALITIES

Production, distribution, and food consumption in modern market economies operate under an “economy of qualities” (Callon et al., 2011). This concept suggests that the characteristics of a good or service are not inherent but constructed and negotiated through social interaction. The value of a product depends on how agents perceive and assess its qualities, including tangible aspects (performance, efficiency, durability) and intangible factors like reputation, status, and symbolic value (Bourdieu, 1984). Callon et al. (2011) analyze the dynamics of attribution in relation to two mechanisms: the uniqueness of goods and their (dis)connection to consumers. On the one hand, goods should possess recognized and identifiable qualities for consumers, which requires standardization systems (such as size specifications, barcodes, and protocols) throughout the production chain (Cañedo and Loredo-Narciandi, 2016). These standardization criteria aim to eliminate variability and uncertainty. On the other hand, diversification is necessary to meet consumers’ changing preferences.

The principles governing the economy of qualities operate simultaneously: while the market standardizes products, it also allows for continuous differentiation to cater to diverse consumer demands (Cañedo & Loredo-Narciandi, 2016; Cañedo, 2016). This concept aligns with anthropologist Montserrat Cañedo’s category of “diversified standardization” (Cañedo, forthcoming). Diversified standardization involves a coordinated and multi-participatory process of standard production that defines and stabilizes objects as homogeneous sets with shared properties. Maintaining this process requires constant adjustments in the chains of practices involved in producing standards, given the various variables and conditions that impact the production, distribution, and consumption of goods. These contingencies are multiple and of varied nature, but to mention some relevant examples at the time of writing this article, they could include the impact of inflation on consumption patterns or the effects of prolonged drought on crop ripening.

In the food industry, the standardization and diversification of practices are governed by a wide range of certifications, such as Protected Designation of Origin (PDO), Protected Geographical Indication (PGI), and EU Organic Farming certification, to name a few. These certifications are officially recognized protocols that ensure the product possesses distinctive attributes and characteristics, such as being “local,” “organic,” or produced in a “traditional” manner. Thus, these certifications provide uniqueness and a

competitive advantage to the products compared to similar ones. In this sense, these certifications not only *confirm* but define the product's properties, aiding in its competitive differentiation and, in the case of PDO and PGI, establishing a connection with a specific geographical origin.

When discussing regulated food products certified by their origin, it is common for properties and places to intertwine: foods that *belong* to a location and locations *recognized* for producing certain foods. This interchangeability raises questions about how we can conceptualize the category of "origin" from an anthropological perspective, considering that in market economies, the "local" is inherently linked to large global networks of production, distribution, and consumption (Belasco and Horowitz, 2009). However, in this article I aim to explore this "origin" from a different perspective. I intend to investigate how the relationship between origin and the qualities of a product is constructed, that is, which specific actions contribute to linking particular attributes to a geographical location and vice versa, focusing on the practices that shape an object built around the notion of belonging to a place: the Designation of Origin Ribera del Guadiana—an institutional and commercial network based on diverse wines produced in the autonomous community of Extremadura.

My aim is to demonstrate that the relationship between origin and product is not fixed and stable, as commonly perceived in formalization processes and informant discourses. Instead, I will highlight how this relationship is recreated through processes combining standardization and contingency: processes that stabilize qualities by embracing variability and contingencies that are rationalized through standardization procedures (Callon et al., 2011; Cañedo and Loredó-Narciandi, 2016). In other words, I will show how the "origin" acquires a performative dimension, constantly associating the qualities that define the product's uniqueness and connecting it to a place (Cañedo, forthcoming).

From this perspective, the discourses that typically describe the qualities of protected products, such as "these wines are ours," "this land imparts its character," or "this is how it has always been done," do not merely represent the preservation of deeply rooted forms in tradition and history. Instead, they reveal themselves as an ongoing process of adjustment in which farmers, insects, algorithms, and distillation columns intertwine in ways that are not always predictable. These connections leave traces (a coordinate on a map, a hurried notation in a laboratory notebook, the bitter taste of someone tasting grapes before harvest) that, like clues, allow us to reconstruct the movements that link the "local" and the "traditional" to objects that, like Ribera del

Guadiana wine, are partially sustained by the life cycle of vines imported from America in response to phylloxera epidemic, internationally validated methods of chemical analysis, or the working conditions of temporary Romanian laborers who migrate to the region every year.

In this article, I present the preliminary findings of an ongoing ethnography that examines the practices of diversified standardization shaping the Ribera del Guadiana Designation of Origin (DO). Given the wide range of actors involved, I will focus exclusively on a specific empirical location, the Almendralejo Enological Station, which is responsible for wine quality analysis in Extremadura. Furthermore, I will explore two processes that illustrate specific practices of diversified standardization: maturation control and harvest window adjustment on the one hand and organoleptic analysis and analytical sample control on the other.

The text is structured as follows: the first section describes the main characteristics of the Ribera del Guadiana DO and the Almendralejo Enological Station. Next, I analyze the practices of diversified standardization in detail, highlighting specific forms that have emerged. Finally, I propose that the Ribera del Guadiana DO is a constantly evolving object where attributes can be stabilized by associating the qualities defining the “origin” and the “product” in a specific context.

2. RIBERA DEL GUADIANA DESIGNATION OF ORIGIN

The Ribera del Guadiana Designation of Origin (DO) is an institutional and commercial network that regulates the production, commercialization, protection, and promotion of wines made in six regions of Extremadura (Fig. 1). Established in 1999, the Ribera del Guadiana DO currently includes twenty-five wineries and 3,587 winegrowers.¹ It is the third largest DO in Spain based on registered surface area, ranking behind La Mancha DO and the Qualified Designation of Origin (QDOa) Rioja. However, its volume of qualified wine is limited, with approximately 43,000 hL produced in the 2020/2021 campaign, which is far less than major wine-producing regions like DOCa Rioja or DO Cava. The main varieties are red wine (88%) and white wine (12%). Most of the production is intended for domestic trade (90%), with China, Lithuania, Germany, and Latvia being the main foreign buyers.

¹ The production data of the DO Ribera del Guadiana presented in this section correspond to the year 2021 and were obtained from the annual reports of the Ministry of Agriculture, Fisheries, and Food of the Government of Spain, available at: <https://tinyurl.com/mwewxpnk>

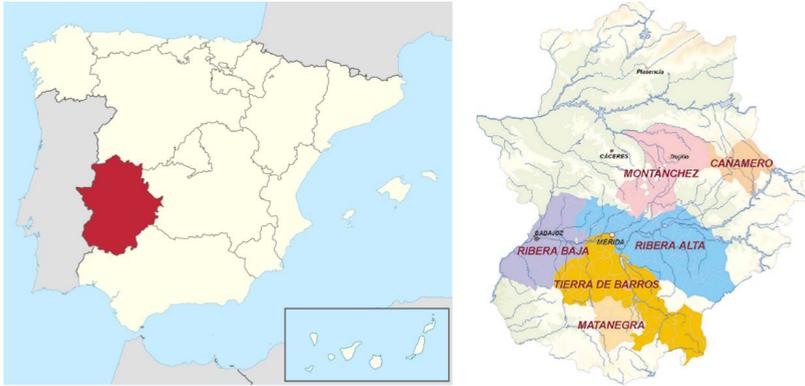


Figure 1. Location of Extremadura in the Iberian Peninsula and details of the six subzones of the Ribera del Guadiana Designation of Origin. Source: riberadelguadiana.eu.

The Ribera del Guadiana DO is institutionally regulated through a Regulation² related to national and European protection frameworks. This Regulation establishes the role of a Regulatory Council, responsible for verifying compliance with the production methods and characteristics specified for wines bottled under the Designation of Origin, and acting as a certification body. The specification defines the geographical areas, analytical and organoleptic qualities of the product, permitted volumes and yields, grape varieties, and packaging and labeling systems.³

One key concept emphasized in the specification is the explicit link between the product qualities and the local history and distinctive natural environment. In the “Link with the geographical area” section, the regulation highlights historical events that demonstrate the longstanding wine presence, such as a 4th-century BC *kylix* used in a funerary ritual in the Medellín area, a 3rd-century mosaic with viticulture motifs found in present-day Mérida, and a reference to Extremadura in the 1520 *Libro y registro de la bodega del Monasterio de Guadalupe* [Book and Registry of the Guadalupe Monastery Winery], which is considered the oldest treatise on viticulture. The following section of the specification further explores the connection between “tradition in wine production” and the natural factors of the region, with two subsections: “Quality and characteristics of the product influenced primarily or exclusively

² Order 74/2018, of June 5th, approving the Regulations of the “Ribera del Guadiana” Designation of Origin, available at: <https://tinyurl.com/3wp72s7w>.

³ Available at: <https://tinyurl.com/55m575k2>

by the geographical environment” and “Causal link between the geographical area and the characteristics of the product.” This specification underscores the profound link between product qualities and the local history and unique natural surroundings. As Medina (2008) shows in his ethnography regarding the rise of wine tourism linked to the patrimonialization and touristification of food products, these types of practices exemplify how Denomination of Origin regulations intertwine with “identity processes,” symbolizing the historical and social significance of viticulture within a specific region.

The Almendralejo Enological Station, established in 1915 in Almendralejo, Badajoz, is responsible for regulating the Ribera del Guadiana Designation of Origin. It was created in response to the phylloxera epidemic that affected Europe in the mid-19th century.⁴ The station aimed to improve the competitiveness of wine producers in the region by addressing the impact of the epidemic. Phylloxera led to the replanting of native grapevines with American vines, which had a shorter life cycle. To adapt to these new vines, the station focused on selecting suitable varieties based on climate, soil, and grafting requirements. Initially, the Almendralejo City Council requested the establishment of an American vine nursery for experimentation, which later led to the creation of the Enological Station.

After overcoming the phylloxera epidemic and replanting vineyards with American rootstocks, the wine sector faced challenges due to the low quality of the wines. As stated in a document from 1905, “our wines in Almendralejo cannot last in the cellars for more than a year [...] With the methods we follow, there are as many types of wines as there are containers in the cellars” (Zarandieta, 2016, p. 518). This message reveals the absence of methods that could guarantee a certain level of uniformity in the qualities of the produced wines, which hindered their commercial possibilities. To address these shortcomings, the mayor of Almendralejo requested that the “development of the wine production in this city follows the scientific improvement of its elaboration” through the creation of an ampelographic and enological station where they could test and determine the grape varieties that are most adaptable to the environment.⁵ In 1915, two engineers from the Ministry of Development arrived in the town to train local producers and future technicians of the station in various phases of the production process, such as estimating the harvest window by determining acidity and sugar levels, temperature control, and analytical controls of the samples.

⁴ The historical chronology has been taken from Zarandieta (2016).

⁵ The ampelographic section did not materialize as planned due to a shortage of available fields for experimentation.

Today, the Enological Station still preserves traces of this transition in its facilities. The facility features early 20th-century agricultural machinery and botanical illustrations depicting vine parasites and pests. These artifacts accompany visitors to the two laboratories in the building, where the landscape transforms into white lab coats, distillation columns, and decantation funnels (Fig. 2). It is in these facilities that sample analysis takes place, following highly regulated and standardized procedures. All the procedures carried out there are validated by the National Accreditation Entity (ENAC), in accordance with criteria set out in the UNE-EN ISO/IEC 17065 standard.⁶ Furthermore, as we will see below, each analytical determination is also subject to highly routine protocols adhering to international standardization developed by international organizations.

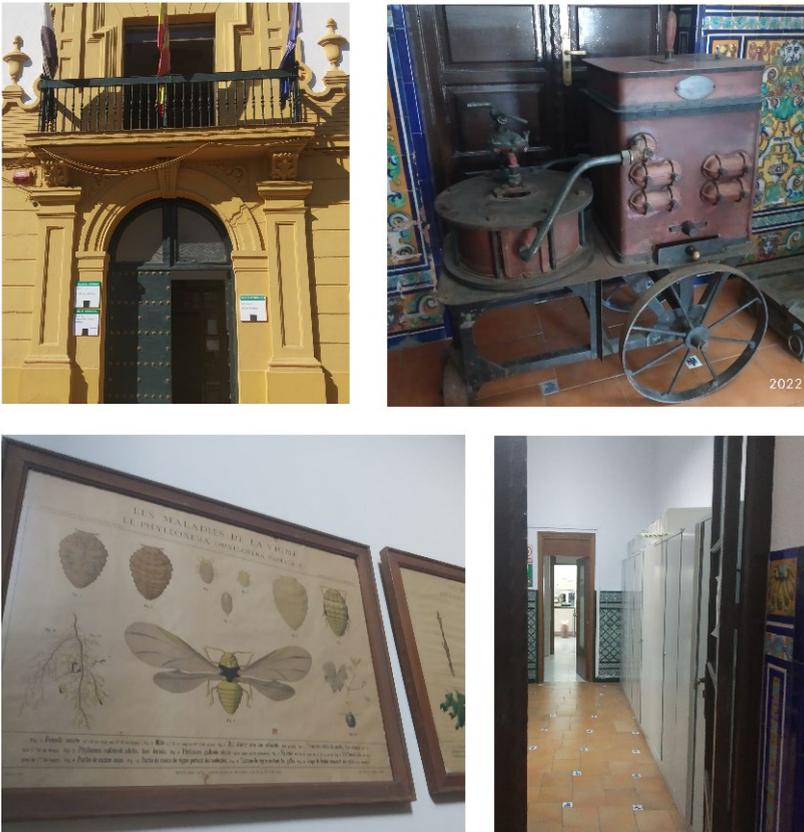


Figure 2. Along the hallway leading to the laboratory, various devices showcase the history of the Enological Station.

⁶ <https://riberadelguadiana.eu/entidad-de-certificacion/>

Having introduced the location where our agents’ practices converge, we can now explore the traces that shape our object.

3. TRACKING THE SAMPLES

Beside the product characteristics and certification procedures are regulated by the Specification of Conditions and protocols, it’s worth considering the various variables that introduce heterogeneity and uncertainty in the wine production process. Factors like prolonged drought, changes in packaging requirements, updates to temperature control systems, or pest outbreaks can all impact the final product qualities. To produce a competitive wine that meets the defined characteristics it’s necessary to address these uncertainties and minimize variability through standardized procedures. Montserrat Cañedo (2017, forthcoming) highlights that standard production is not a given but a performative and multi-participatory process involving diverse agents. Diversified standardization, therefore, relies on the ability of agents to coordinate in time and space the different actions that stabilize the product properties, considering sources of uncertainty and changing market demands.

To illustrate this process, we will examine two dynamics of diversified standardization in the DO Ribera del Guadiana: ripeness control and harvest window adjustment, as well as organoleptic analysis and analytical sample control. Our methodological strategy involves tracing the journey of the DO Ribera del Guadiana object from the vineyard to the laboratory and through the analytical report, and observing the inscriptions generated along this movement (Latour, 2013, p. 86). This approach highlights the procedural construction of the object, demonstrating how protocols dynamically stabilize the attributes defined by regulations and market demand (Latour, 1993). It allows us to break away from rigid institutional frameworks and informant discourses and perceive the object as an ongoing assemblage (Latour, 2005). Due to length constraints, we haven’t included other significant adjustment practices that impact standardization processes, such as commercial diversification or innovative technical procedures for rationalization.

3.1. Ripeness control and adjustment of the harvest window

The harvest window determines the ideal time for grape harvesting, which varies across vineyards due to factors like soil diversity, climate conditions, vine arrangements, and cultivated varieties. The goal of adjusting the harvest window is to predict the best start date for harvesting in each vineyard, ensuring consistent attributes that align with regulations and market demands. This adjustment involves monitoring grape ripeness.

Ripeness control takes place from August to the first half of September in 35 selected plots within the six subzones of the Designation of Origin. The Enological Station's technicians use a Geographic Information System to identify the plots and mark the vines from which samples will be taken. To do this, the technicians of the Enological Station count the number of vine rows and divide it by three. Based on the length, they mark one vine every 10, 20, or 30 plants (although the most common number is ten plants per vine). After identifying the plants, the sampling process begins. On the one hand, a collection of grapes intended for physical-chemical analysis in the laboratory is performed. The number of berries collected depends on the size of the grape: one hundred for the larger grapes (pardina, cayetana, tempranillo, garnacha) and two hundred for smaller grapes (Cabernet Sauvignon or Merlot). These berries are selected to ensure a representative sample: ten berries are taken from each plant, from different clusters, at different parts of the cluster and from clusters located on both sides of the trellis. These berries are labeled, stored, and sent to the laboratory for further analysis. A second process is grape tasting, which is performed on a sample of 25 or 30 berries with pedicels. During the tasting, the technicians analyze, on-site or at the facilities of the Enological Station, the visual and tactile ripeness of the berry, the technological and aromatic ripeness of the pulp, the aromatic ripeness of the skin, and the ripeness of the seeds.

The results of the analysis and tasting are published in a weekly bulletin accessible on the Ribera del Guadiana Designation of Origin website.⁷ Grape growers and technicians receive the bulletins via email to adjust their harvests based on neighboring vineyards' ripeness levels. The objective is to allow them to adjust the harvest by considering the degree of ripeness observed in neighboring vineyards. Thus, the bulletins include diverse results. Firstly, they identify the locations of the samples, specifying the subzone, type of training system (bush or trellis), cultivation method (dry farming or irrigation),

⁷ Available at: <https://riberadelguadiana.eu/control-de-maduracion/>

municipality, and grape variety used. The second section displays the results of the physical-chemical analysis conducted in the laboratory, quantifying different parameters such as mass, sugar concentration, total acidity, pH, or total polyphenol index, among others. A third section evaluates the ripeness of the berry, pulp, skin, and seeds, expressing the expertise of the tasters as numerical values within a four-interval scale. Lastly, the bulletins synthesize these indicators in a section of conclusions and observations to facilitate results' interpretation among the stakeholders.

The ripeness control adjusts the optimal harvest date in each vineyard, taking into account the results obtained from the analysis of the samples. This personalized adjustment allows for the *standardization* of the final properties of the product, producing a wine with analytical and organoleptic characteristics that comply with regulations and meet market demands. Therefore, the ability to achieve and stabilize the qualities of Ribera del Guadiana wine relies on the coordination of various practices involved in the process. In this sense, far from being attributes “that arise from the land” or that “preserve the best of our tradition,” achieving the properties that certify the origin of the Ribera del Guadiana Designation of Origin involves the mediation of expert knowledge and continuous monitoring and control procedures. These protocols act on the representativeness of the samples and their proper handling. Calibrated measuring devices, following international standards, allow for the validation and replication of results. Thus, expert knowledge translates predictions into actions.

Throughout this sequence, from the selection of vineyards to the electronic notification of the ripening bulletin, the concept of “origin” takes on different objectified forms that we can trace. In this process, “origin” becomes a cartographic coordinate, a hundred berries that act as representatives of a whole, annotations that identify the containers holding the samples, a document certifying the receipt of the sample, the pulp extract on which the sugar concentration is calculated, etcetera, until the bulletin that predicts the optimal ripening point, which anticipates the “quality” of the object. Thus, the “origin” escapes from its particularity and circulates beyond the vineyard.

3.2. Organoleptic analysis and analytical control

Another aspect of diversified standardization is the organoleptic analysis and analytical control of the samples. Clients who want to certify their product's properties submit samples at the reception and registration area, along with a request specifying the desired analytical determinations.⁸ The samples are associated with a barcode and a numerical value upon arrival. The data from the request and the codes are recorded in a computer program, and then the samples are transferred to the laboratories (Fig. 3).



Figure 3. In the reception and registration area, a lab coat observes the transformation of samples into requests, codes, and computer entries before entering the laboratory.

⁸ Model of application for analytical determinations, available at: <https://tinyurl.com/vz9phdav>
Model of application for organoleptic analysis, available at: <https://tinyurl.com/bd3m9eew>

The first laboratory is the analytical control laboratory, accessible only to the technical staff. Only labeled samples are sent there to ensure “anonymity” and “impartiality” in the procedure. In the laboratory, the language changes compared to the reception area. There is no camaraderie between the workers and those requesting the analysis; instead, a technical language is used. The director systematically describes various analysis procedures and equipment characteristics. Each analytical determination follows standardized protocols specifying the apparatus, reagents, procedures, and units of measurement involved. For instance, to determine total acidity using volumetric analysis, one of the most common determinations, the OIV-MA-AS313-02 method is followed. This protocol, developed by the International Organization of Vine and Wine, outlines the laboratory material, provides a detailed procedure, calculation method, and units of measurement.⁹ Regular calibration of instruments is also emphasized. While a worker is preparing the analysis of a newly arrived sample, the director reiterates these steps: weighing, dividing the sample into flasks, recording measurements, verifying the assembly of the fractionation column, lighting the Bunsen burner, and recording the date in the notebook. Each stage results in an entry in a spreadsheet on a laptop computer.

The sensory analysis laboratory is situated on the building’s second floor. It comprises a sample and reference storage area, a tasting area, and an administrative office. The samples retain their labels from the registration area, although opaque black glasses are sometimes used during tastings to anonymize them again. The samples are stored in a refrigerator with regularly monitored temperature according to predetermined values. From there, they are moved to the tasting area, which is a room divided into ten separate stations by side walls. Each station includes a monitor, keyboard, mouse, overhead lighting, tasting glasses, a glass, a stopwatch, and evaluation sheets. Reference documents, “Taster’s Guidelines” and “Stopwatch Operation,” are posted on the wall of each station for consultation.

The tasting process consists of three phases, each evaluating different parameters: a visual one analyzing clarity, hue, intensity or depth, and color of the sample; an olfactory phase evaluating the aroma; and a gustatory phase assessing the flavor, aromatic persistence, body, taste, and gustatory persistence. The taster is the primary measurement instrument during the

⁹ Available at: <https://tinyurl.com/4m7uffks>

tasting, but various standardization devices are also employed to *transform* the technician's subjective perception into a universal code (Latour, 2017, p. 259). For example, in the visual phase, tasters assign the hue by comparing the glass with a set of color swatches. In the olfactory and gustatory phases there is a list of descriptors, groups, and differential characteristics defined according to standardized patterns that serve as references. These patterns are stored in temperature-controlled refrigerators, and tasters in the laboratory often undergo periodic training to remember these references (Fig. 4). The results of the tasting are recorded in a computer program and transferred to the administrative section for registration.



Figure 4. When faced with the patterns, the taster translates their specific perception into a universal code.

Both the organoleptic analysis and analytical control generate a results report that certifies and supports the measurements taken. This document is formalized in the laboratories and then returned to the reception and registration area, where it is added to the initial request, sealed, and delivered to the client. Other byproducts, such as sample residues, are collected and periodically removed.

Similar to the analysis of adjusting the harvest window, the organoleptic analysis and analytical control of the samples leave behind traces that allow us to track the transformations the object undergoes throughout the chain of actions. In this second stage, we are interested in examining what happens when we trace the process from the final product back to the initial stage, meaning from the results report to the sample delivery. For example, in the case of organoleptic control, the report plays a role in engaging the taster with the standardized pattern—from the universal number to the color of a specific sample, from the odor of the pattern stored at controlled temperature to the olfactory perception of the individual—then to the selection of a portion of the sample stored in refrigerators, to the labeled containers as a whole, to the signature on the analysis request, to the barcode attached to the container, to the blue signature on the request form, to the trace left by the electronic payment of the analytical fees, and so on. The list could go on indefinitely, limited only by the length of this text.

The central aspect of our approach is that it allows us to emphasize two qualities concerning how the origin and properties of the object are connected (*cf.* Latour, 2005, 2017). Firstly, the chain of associations we consider can extend as much as we desire. In this study, we have chosen two relatively stable forms—the vineyard and the laboratory report—as starting points to trace the transformations. However, it is evident that there are changes, continuities, and associations that precede and extend beyond them, such as the biotechnological experiments conducted by the wineries, or the actions leading to the invention of the distillation column. Secondly, this tracing is reversible: we can track the transformations of our object in both directions, *whether from the vineyard to the laboratory report or from the final report to the vineyard.*

The DO Ribera del Guadiana object is no longer just a bottle, a winery, or a set of specifications; it resembles a continuous formation (Latour, 1993, p. 134) in which we, as anthropologists, can ethnographically address the actions that introduce a certain (temporal) stability into the object and reconstruct the process by following the traces left by these transformations: reports, smells,

Pantone colors, lab coats, glasses, residues, dinners. Thinking about our objects this way raises several questions and leads to some conclusions.

4. CONCLUSIONS

When I began writing this article, I analyzed several DO Ribera del Guadiana promotional advertisements. One of them portrayed the product as a representation of “tradition rooted in time and craftsmanship that has dug deep into the earth with effort.”¹⁰ The ad emphasized wine, land, tradition, time, and effort—an enumeration that highlighted the connection between the land’s provision and the hands’ role in preserving what already existed. However, the omission of other common agents during the ethnography, such as computer systems or laboratory instruments, caught my attention. As a spectator, I followed the advertisement, witnessing the stages that took me from the dawn over the vineyard to the final toast. As an anthropologist, I sought to uncover the practices that were left out, contributing to a frozen perception of time and bringing us back, with a glass in hand, to the essence of the place.

In this study, I have explored how the relationship between “origin” and “origin-protected product” is constructed, aiming to move away from reductive frameworks often found in institutional discourses and informant narratives. I intended to analyze the specific practices that temporarily stabilize certain properties (in this case, those recognized by the standard) and how these standardization processes intersect with dynamics that introduce variability. By tracing the transformations undergone by the DO Ribera del Guadiana object—from the vineyard to the results report, and vice versa—we have followed the object along the chain of references that connect “origin” and “product,” shedding light on some of the resulting objectified forms. This has allowed us to observe how the “local” nature of the object, its “origin” as a link to a specific temporal and spatial context, becomes blurred along this chain: what may be “local” at one level of action (selecting one hundred berries during the sampling process) can become “universal” within a different spatiotemporal framework (by associating the color of the must with a standardized numerical code).

So, what does “the local” mean in this context? How can we understand the “origin” of these objects? Ultimately, what is the relationship between “origin” and “product”? In my opinion, the answer lies in viewing “origin” and

¹⁰ Available at: https://youtu.be/dwSomao_XU8

“product” as two ends of the same *continuum*—a complex object in which standardization practices aim to stabilize the qualities that define the uniqueness of the products. However, these qualities are established based on various sources of variability and commercial demands. In this sense, the attributes that define Ribera del Guadiana wine do not solely arise from its historical and natural context, as any set of specifications may suggest, but must be associated with each new harvest, considering changing requirements and unforeseen situations. “Origin” and “product,” seen in this manner, are inseparable—they are intertwined whether they are standardized, quantified, or reduced to pulp; whether they appear in diagrams, emails, or scientific articles.

REFERENCES

- Belasco, W., and Horowitz, R. (2009). *Food chains: From farmyard to shopping cart*. University of Pennsylvania Press.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social Critique of the Judgement of Taste*. Harvard University Press.
- Callon, M., Méadel, C., and Rabeharisoa, V. (2011). The economy of qualities. *Economy and Society*, 31(2), 194-217.
- Cañedo Rodríguez, M., and Loredó Narcandi, J. C. (2022). Calculation and contingency in contemporary global markets: the logistics of subjectivity. *Subjectivity*, 15(1-2), 36-53.
- Cañedo Rodríguez, M. (March, 2017). *La consistencia de los objetos: Manzanas como tramas de acción*. XX Jornadas de Ankulegi, San Sebastián, España. <https://vimeo.com/210742394>
- Cañedo Rodríguez, M. (2016). Just in Time: Logistical Imaginaries of the Cosmopolis. *Urbanities. Journal of Urban Ethnography*, 6(1), 25-38.
- Cañedo Rodríguez, M. (forthcoming). La estandarización diversificada en los circuitos de la alimentación contemporánea: apuntes etnográficos desde la IGP Poma de Girona.
- Latour, B. (2017). *Lecciones de sociología de las ciencias*. Arpa.
- Latour, B. (2013). *An Inquiry into Modes of Existence: An Anthropology of the Moderns*. Harvard University Press.
- Latour, B. (1993). *We Have Never Been Modern*. Harvard University Press.
- Latour, B. (2005). *Reassembling the Social. An Introduction to Actor-Network-Theory*. Oxford University Press.
- Medina, F. X. (2008). Cultura del vino, gastronomía y enoturismo. *ACE: Revista de enología*, (99), 1.

Zarandieta Arenas, F. (2016). Los orígenes de la estación enológica de Almendralejo. In Asociación Histórica de Almendralejo (Eds.), *La Enseñanza en Tierra de Barros. Actas VII Jornadas de Historia de Almendralejo y Tierra de Barros*. Asociación Histórica.



**LA CERÁMICA DE COCINA Y MESA DE TALAVERA DE LA REINA: ARTESANÍA,
PATRIMONIO Y GASTRONOMÍA**

**KITCHEN AND TABLE CERAMICS IN TALAVERA DE LA REINA:
CRAFTSMANSHIP, HERITAGE AND GASTRONOMY**

**CERAMICA DE COZINHA E DE MESA EM TALAVERA DE LA REINA:
ARTESANATO, PATRIMONIO E GASTRONOMÍA**

CIPRIANO CRESPO, C.

Universidad de Castilla la Mancha

mariacarmen.cipriano@uclm.es

Orcid: 0000-0002-0584-8030

FREIRE PAZ, E.

Universidad de Santiago de Compostela

elena.freire@usc.es

Orcid: 0000-0001-6917-3768

MEDINA, F. X.

Universitat Oberta de Catalunya

efxmedia@uoc.edu

Orcid: 0000-0002-8067-355X

Recibido: 26/07/2023

Aceptado: 04/10/2023



RESUMEN

La producción de cerámica de “talavera” en Talavera de la Reina (Castilla-La Mancha, España) forma parte de construcciones culturales locales de tradición profunda. A caballo entre las manufacturas elaboradas para las clases altas o dirigentes y las producciones más populares, la cerámica talaverana presenta a lo largo del tiempo, tanto íntimas relaciones con las producciones dedicadas a las clases más pudientes, como un interesante vínculo con los grupos sociales de escala más baja. En el presente artículo, y partiendo de algunas consideraciones históricas en relación con este tipo de producción cerámica, analizaremos la evolución de la loza talaverana hasta nuestros días, considerada como patrimonio cultural inmaterial de UNESCO y buscando nuevos caminos para mantenerse viva y en uso a través del tiempo.

Palabras clave: Cerámica, gastronomía, alta cocina, popular, tradición, Talavera.

ABSTRACT

The production of “talavera” ceramics in Talavera de la Reina (Castilla-La Mancha, Spain) takes part of local cultural constructions of deep tradition. Halfway between the manufactures made for the upper or ruling classes and the most popular productions, over time, ceramics from Talavera have both intimate relationships with the productions made for the wealthier classes, as well as an interesting link with lower-scale social groups. In this article and starting from some historical considerations in relation to this type of ceramic production, we will analyze the evolution of Talavera pottery up to the present day, inscribed as intangible cultural heritage by UNESCO and looking for new ways to stay alive and in use over time.

Keywords: Ceramics, gastronomy, haute cuisine, popular, tradition, Talavera.

INTRODUCCIÓN¹

La ciudad de Talavera de la Reina es un municipio de menos de cien mil habitantes que se extiende por el margen derecho del río Tajo, en la provincia de Toledo, comunidad autónoma de Castilla-La Mancha, en España. Es el segundo municipio con más población de la provincia de Toledo (tras la capital misma), y el cuarto de toda la comunidad autónoma.

La ciudad y su zona de influencia (en ella hay que incluir también la cercana localidad de Puente del arzobispo, a 35 km. de Talavera de la Reina) contiene uno de los mayores legados de cerámica artesanal de Europa.² Así, la seña identitaria y promocional de la ciudad de Talavera es, precisamente, la de «Ciudad de la Cerámica» (López Fernández, 2015), dando cuenta de la importancia que se concede localmente a este tipo de artesanías, tanto a nivel socioeconómico como de definición cultural y turística. Tanto el volumen de la producción de cerámica como su importante demanda social en diferentes momentos históricos, ha llevado a que esta artesanía haya destacado claramente por encima de otros oficios tradicionales también presentes en la comarca.

La producción cerámica en el área de Talavera de la Reina está documentada desde época romana (Alvigini, 2006), aunque es destacable también el impulso que dicha producción recibe en época islámica. Sin embargo, el máximo esplendor de la producción de loza talaverana se da en el último tercio del siglo XVI, cuando el rey Felipe II inicia la construcción del Real Monasterio y Real Sitio de El Escorial, dando un lugar relevante a la cerámica talaverana como elemento arquitectónico y decorativo, hecho que impulsó la creación de un gran número de alfares que garantizaran la producción y el suministro (Sánchez-Cabezudo, 2016). Más adelante, durante el siglo XVII, la loza talaverana es adoptada por las clases más acomodadas, que aprecian unas piezas convertidas en las favoritas de la realeza. La cerámica de Talavera vive su momento álgido en esta época, y es su presencia en manifestaciones

¹ Este artículo surge de una investigación de estancia postdoctoral llevada a cabo en el marco de la Cátedra UNESCO de Alimentación, Cultura y Desarrollo de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC). Algunos de los aspectos tratados en este texto fueron desarrollados ya en inglés en un texto anterior (Cipriano-Crespo, Freire-Paz y Medina, 2023). En el presente artículo se recuperan algunas de las discusiones y se analizan y actualizan algunos de los elementos abordados con anterioridad.

² Hay que destacar que, aunque en este artículo no nos encargaremos de ello, la cerámica talaverana se produce también y es patrimonial en el continente americano, en los estados de Puebla y Tlaxcala (México). En este mismo sentido, es importante destacar que en el texto se emplea el topónimo Talavera, diferenciado con la inicial en mayúscula, al referirse a la ciudad, y el sustantivo común: talavera, que se refiere a la producción cerámica (a uno y otro lado del Atlántico) y que aparece en todos los casos en minúscula.

artísticas vinculadas con la alta cultura (literatura, pintura, etc.) se convierte en frecuente (Rodríguez Viñuelas, 2015). Su éxito llevó, asimismo, a su expansión por otros territorios americanos de la corona (hacia México, principalmente).

El siglo XVIII supone, sin embargo, un momento de crisis importante, así como una caída destacable tanto en lo que respecta a su demanda como a su producción. No será hasta finales del siglo XIX cuando la loza de Talavera reciba un nuevo impulso, debido en este caso al ceramista Juan Ruíz de Luna (1863-1945), a quien se debe un nuevo resurgimiento que la llevará a convertirse, ya en pleno siglo XX, en un significativo motor económico de la comarca. Será, sin embargo, en la última década del siglo XX cuando llegue nuevamente una importante crisis que durará varias décadas.

Será en la segunda década del siglo XXI el que traiga consigo nuevamente tanto el estudio de la importancia de la talavera³ a lo largo del tiempo y su puesta en valor, como un deseado plan de salvaguarda de esta cerámica, que aunarán esfuerzos tanto públicos como privados para su valorización a todos los niveles, desembocando, en primer lugar, en 2015, con su reconocimiento como Bien de Interés Cultural (BIC), con la categoría de «Bien Inmaterial», por el gobierno castellano-manchego; y, finalmente, en su inscripción como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO en el año 2019. Una inscripción patrimonial de las técnicas artesanales de la cerámica que abarca dos localidades toledanas mencionadas (Talavera de la Reina y Puente del Arzobispo) en la Lista Representativa de PCI de la UNESCO, compartida transnacionalmente con Puebla y Tlaxcala, en México.

La cerámica forma parte intrínseca de la cultura talaverana, auto reconocida como una fuerte seña de identidad local. En cuanto a instalaciones culturales relacionadas con la cerámica, la ciudad cuenta con el Museo de Cerámica Ruiz de Luna, creado por el ceramista para instalar su colección particular que, a su muerte, fue cedida al ayuntamiento local. Una selección de piezas, con la explicación de su evolución cultural, se encuentra también en el Museo etnográfico local. Por otro lado, a partir de 2015, comenzaron a instalarse murales de cerámica en distintos lugares de la ciudad (el primero, junto al Museo etnográfico, sobre la “pesca en el Tajo”), constituyéndose más tarde una “Ruta de los Murales”, ruta turístico-cultural que pretende también promocionar la cerámica talaverana. Hay que señalar, además, que la ciudad

³ Cerámica realizada en la región poblano-tlaxcalteca desde el siglo XVIII. El origen de la misma es la llegada de alfareros procedentes de Talavera de la Reina que se establecieron en la Puebla de los Ángeles e iniciaron la producción de cerámica utilizando la técnica de la loza estannífera para satisfacer las necesidades de la población, de ahí el nombre oficial de la talavera.

organiza la Bienal Internacional de Cerámica Ciudad de Talavera, desde el Organismo Autónomo Local de Cultura de Talavera, y que en 2023 ha cumplido ya once ediciones.

Tras todo lo expuesto, creemos que la breve trayectoria histórico-social de la cerámica de Talavera que hemos planteado justifica la pertinencia de rastrear en su uso. Así, en el presente artículo llevaremos a cabo una reflexión sobre la cerámica de cocina y de mesa, aunque hay que destacar que la producción talaverana incluye azulejos y objetos decorativos de todo tipo. Entendemos que los usos del menaje de cocina y del servicio de mesa forman parte intrínseca del fenómeno alimentario, de la comensalidad y de la puesta en escena que implica. De este modo, consideramos que atender a las posibles transferencias de significado, así como a los procesos de ósmosis entre la comida y los recipientes en los que se cocina o, principalmente, en este caso, se presenta o se degusta, constituye un campo necesario para comprender el hecho alimentario desde una perspectiva holística, desde la cual poder observar, además, como señalaba Bourdieu (2012), la negociación de las posiciones sociales a través de los múltiples desplazamientos verticales y transversales de sus protagonistas.

El objetivo de este texto es, de este modo, el de mostrar el complejo recorrido culinario de esta artesanía, rastreando su presencia en un pasado vinculado con las clases dominantes hasta su reconversión en cerámica popular, para terminar con su entrada actual en las mesas de los restaurantes de alta gama. Observaremos la intersección de estas cerámicas con el mundo de la gastronomía, por un lado, atendiendo a los servicios de mesa, pero también, de manera tangencial, en las piezas de cocina y en las decoraciones del interior de determinados restaurantes decorados con cerámica de Talavera (por ejemplo, recubriendo las paredes de azulejos). La cerámica de Talavera plantea así nuevos caminos, tras un bagaje convulso que la ha hecho circular a distintos niveles entre lo sofisticado y lo popular.

METODOLOGÍA

Este trabajo ha sido llevado a cabo mediante un estudio cualitativo (Denzin & Lincoln, 2012, Krane & Baird 2005) basado en observación participante de base etnográfica (Taylor & Bogdan, 1998) realizada entre inicios de 2019 y la segunda mitad de 2022. Se han llevado a cabo, igualmente, entrevistas en profundidad: un total de 10 entrevistas individuales presenciales, procurando favorecer el intercambio de información en lugares adecuados, seleccionados por las personas entrevistada, con una duración de entre 45 y 50 minutos cada

una de ellas. Todas las personas entrevistadas consintieron expresamente participar en la investigación, y fueron conocedoras de que en cualquier momento podían dejar de hacerlo.

Los perfiles de los participantes se seleccionaron en función de sus oficios vinculados con la producción cerámica talaverana: cargos o profesorado de la Escuela de cerámica⁴ de Talavera de la Reina, talleristas, pintores y decoradores, responsables de la iniciativa Tierras de Cerámica, etc. Todos los perfiles fueron considerados relevantes a la hora de plantear la investigación.

Participaron cinco mujeres y tres hombres, y se incorporaron también los testimonios de dos mujeres de edad avanzada, quienes ofrecieron perspectivas del uso popular de la cerámica talaverana desde la memoria oral, durante los dos primeros tercios del siglo XX. Hay que señalar, en este sentido, que la variable “género” ha resultado determinante de cara a este estudio en términos generales, ya que ellas eran las que figuraban oficialmente como responsables sociales del menaje.

Finalmente, se llevó a cabo también un barrido virtual, en el que se recogían a través de internet de declaraciones de algunos agentes (especialistas en diseño de piezas, chefs, restauradores) implicados tanto en la fabricación como en la utilización de las vajillas, vinculadas con la cocina de autor, en la línea de la etnografía virtual (Hine, 2004). Así se tuvo acceso, por ejemplo, a información relativa al chef talaverano Carlos Maldonado, actual referente gastronómico en la zona y gran defensor del uso de la cerámica de Talavera como parte esencial de la alta cocina a distintos niveles, desde su restaurante «Raíces» en Talavera de la Reina.

EL USO DE LA CERÁMICA EN LA MESA

La producción cerámica presenta diferentes posibilidades para su clasificación (Freire Paz, 2004). Ateniéndonos al grado de dificultad técnica en el proceso de elaboración, podemos marcar una escala ascendente desde la alfarería de basto o común —piezas de barro cocido, a menudo sin vidriar— hasta la porcelana. Entre ambas encontramos otras categorías como la loza, caracterizada por el uso de esmaltes y barnices que recubren piezas de arcilla en las que se aplica frecuentemente un baño brillante con estaño o plomo en la primera cocción, y que las recubre totalmente. Este paso intermedio es el

⁴ En la actualidad su denominación ha cambiado y ahora es Escuela de Arte. Se ha decidido mantener la antigua en el artículo porque de este modo puede apreciarse la unión entre la cerámica y la escuela.

bizcochado, y sobre él se aplica la decoración definitiva, tras la cual la pieza volverá nuevamente al horno. En el proceso de cocción no deben superarse temperaturas de 1200º o 1300º centígrados, ya que las piezas pueden dañarse e incluso fundirse. Esta es una característica de diferenciación con la porcelana, en cuya elaboración se requiere someter las piezas a una mayor temperatura. En una gama intermedia entre la loza y la porcelana encontramos igualmente la loza fina.

Con independencia del estrato social al que se pertenezca, la comensalidad es un aspecto esencial del fenómeno alimentario. La riqueza o sencillez en la composición de las mesas y en el material utilizado sí que depende, sin embargo, del poder socioeconómico de los comensales, y se expresa a través de formas culturales diversas que les son propias. El menaje —de mesa, pero también de cocina o de decoración de interiores— siempre ha sido una herramienta para la distinción de clase: las menos favorecidas utilizaban servicios más toscos y baratos, de materiales como la madera o el estaño, mientras que quienes podían demostrar un poder adquisitivo alto, usaban platos de cerámica o loza fina (en términos generales, el lenguaje común emplea cerámica y loza como sinónimos).

Una comida puede ser más apetecible según la presentación, puesto que el placer guarda una gran relación con la estética. Nuevamente Bourdieu (2012) estableció en “La distinción” oposiciones sobre los gustos y usos que operan en las clases más altas, frente a los de las clases populares, automáticamente asociados a la necesidad y alejados, por tanto, de la estética, favoreciendo en este sentido las relaciones humanas (Batjin, 1987). Las características de calidad de la vajilla que se utiliza se transfieren a los alimentos y bebidas consumidos, dando como resultado que, a mejor calidad del recipiente, mejor percibido será el producto (Vázquez et al., 2016). De este modo, los menajes y servicios elegidos para presentar la comida forman parte de un todo alimentario, en el cual el continente y el contenido se comunican sus propiedades. Así, el servicio de mes, frecuentemente identificado como marco físico para el consumo alimentario, forma parte de la experiencia gastronómica, pero no como anexo, sino como parte del “todo” culinario. En esta unidad se fundamenta nuestro interés por la artesanía talaverana desde lo gastronómico. Un conjunto por otro lado, en el que entran a formar parte tanto las cualidades físicas de los productos como las percepciones sensoriales y simbólicas que se recrean culturalmente a su alrededor.

La atención al servicio de mesa y la calidad de este son signos distintivos

de clases acomodadas. La cocina de vanguardia, por tanto, se preocupa también en todo momento por la estética como parte del todo culinario, ya desde la elaboración en cocina, pero también en el servicio en sala. Es ahí donde las narrativas asociadas con la alta cocina pretenden facilitar a los comensales una experiencia estética y sensorial en la que los sentidos en su conjunto sirvan como instrumento para la experiencia culinaria o, como se señala en ocasiones, para sentir felicidad (Tortosa, 2012) y para potenciar la atracción y el disfrute de aquello que se come (Castro & Maciel, 2015). Así, desde el primer impacto visual se pueden apreciar ya determinadas expectativas asociadas. La puesta en escena del servicio de mesa: mantelerías, cuberterías, cristalerías, etc., favorece la apreciación de la comida (López García et al, 2017).

No es objeto de este trabajo realizar una investigación de corte histórico sobre la utilización del menaje en España desde el siglo XVI vinculado con la producción talaverana. Sin embargo, debemos tener en cuenta que entre los tres usos más habituales de la loza de Talavera: como elemento auxiliar-decorativo en construcciones arquitectónicas (azulejos); como elemento ornamental de exteriores (fuentes, estanques) o de interiores (paragüeros, figuras, candelabros...) y como menaje de cocina o servicio de mesa, observamos que buena parte de la narrativa relacionada con la opulencia que rodea la talavera se centra en las dos primeras cuestiones, relegando la tercera frecuentemente al nivel de un apéndice con poca capacidad de agencia. Sin embargo, y aunque la corona y, posteriormente, la nobleza, hubiesen elegido en su día decorar sus edificios con cerámica talaverana y eso, con el tiempo, le haya otorgado un cierto marchamo de excelencia, resultaría ilusorio pensar que esos mismos estratos privilegiados de la sociedad no empleasen piezas de porcelana o de cerámica fina para el consumo alimentario. No podemos olvidar que la loza de talavera es un tipo de alfarería de basto llamativo y decorado mediante esmaltes y diseños particulares, y es probable que con el menaje ocurriese algo similar que, con las preparaciones culinarias, en las cuales la cocina se toma como referencia, pero se adapta a las clases sociales. Como destaca González Turmo (1998: 5): «La cocina palaciega era demasiado complicada y costosa para las casas burguesas, que no tenían dimensiones, servicio ni necesidades que requieren uso similar gastronómico». Así, no debemos descartar referencias y adaptaciones de arriba a abajo, sin que ello quiera decir necesariamente que en las capas superiores se empleasen esas piezas de menaje. La loza talaverana debería de ser, pues, analizada diacrónicamente como un tipo de menaje y servicio de mesa, no de gente pobre, aunque connotado como próximo a las clases populares y medias. Este

tipo de interpretación se concreta aún más al aplicar una perspectiva emic, ya que, en esa consideración relacionada con las clases populares, la cerámica de Talavera ha proporcionado útiles necesarios y asequibles para cocinar y comer. La proliferación de talleres en toda la comarca favoreció una producción ya de por sí abundante, que producían además numerosos descartes, que también acababan comercializándose a precios más baratos. Esto favoreció la presencia en casi todas las casas de platos de todo tipo, junto con saleros, morteros o cuencos, cuyo uso popular era diario:

«En mi casa se hacía la comida en pucheros de barro y se comía en platos blancos y azules, entonces no nos dábamos cuenta de lo importante que era la cerámica de Talavera como pasa ahora, nosotros solo nos fijábamos que ahí comíamos y listo» (Dionisia, Puerta de Cuartos).

De hecho, tenemos constancia de que, en la década de 1970, como mínimo, se comercializaban de forma regular vajillas de primera y de segunda⁵, integradas por elementos defectuosos o de descarte que, para no desecharlos, se vendían a menor precio para evitar la pérdida de lo producido. Ese uso popular también se constata en la presencia de talaveras en los bares y tabernas de barrio, donde se iba a tomar el chato de vino y donde era habitual acompañarlo de unas olivas, servidas en un plato de cerámica local (y con toda probabilidad, de bajo precio). Quizás, el rasgo más popular del uso de piezas de cerámica talaverana sean los palilleros, pequeños recipientes para el servicio de mondadientes.

HACIA NUEVOS USOS DE LA LOZA TALAVERANA

Casa ALIA⁶ es una plataforma online de artesanía española. Una de las más exitosas, según sus responsables, es una vajilla decorada de Talavera de la Reina.

Mónica García del Pino, artesana de Cerámicas San Ginés y biznieta de Ruiz de Luna, comenta cómo ha cambiado con el tiempo el tipo de vajillas que se elaboran. Hasta hace un par o tres de décadas, se juntaban más personas a comer, y se encargaban vajillas completas, con muchas piezas. Esa tendencia se ha invertido actualmente, reduciéndose el número de piezas. Igualmente, existe la posibilidad de que las vajillas sean completadas en el futuro, conforme se necesiten o puedan permitirse económicamente. Como nos decía una

⁵ Nuestro trabajo de campo se ha centrado en obtener datos sobre los usos contemporáneos de la cerámica de Talavera, pero no resultaría descabellado extrapolar esta práctica a períodos anteriores.

⁶ Bajo la dirección creativa de Tomás Alía, arquitecto de interiores nombrado en 2017 embajador de la cerámica de Talavera, Casa ALIA crea piezas de mesa con técnicas y decoraciones tradicionales.

informante: «este año me compro la ensaladera, el año que viene para los Reyes me regalo los platos...».

Los hábitos alimentarios han evolucionado en los últimos años, y consecuentemente, los formatos de las vajillas también se han ido adaptando. Se hacen hoy en día, por ejemplo, ensaladeras con tapadera, porque pueden usarse para servir para alimentos fríos o calientes y, con un solo utensilio, se cubre lo que antes precisaba de dos. Mientras, los platos soperos parecen estar desapareciendo, siendo sustituidos por formatos más versátiles, tipo bol, que sirven como recipientes polivalentes. La idea de bol permite incluso jugar con el uso ordinario de una comida individual combinado con el de su uso múltiple en una comida con varios comensales. Habría, igualmente, que valorar la funcionalidad actual del bol, ya que presenta una capacidad mayor que la del plato hondo, posibilitando, por un lado, el consumo ordinario de un único plato (líquido, semi-sólido, e incluso sólido), y por otro, su manejabilidad en contextos más informales, en los que, quizás, no se coma sentados a la mesa, sino en otros eventuales lugares de la casa (sofá, despacho, habitación, terraza) o en relación con tipos de ingesta meno formales que las principales del día (aperitivos, meriendas...). Finalmente, podemos señalar también que, por influencia de los restaurantes, se ha variado el diámetro de los platos llanos (que ha pasado de los 26 cm habituales en décadas pasadas a los 28 cm actuales).

Otra de las grandes ventajas que tiene la cerámica es su versatilidad, que permite incrementar la complejidad de las piezas en función del criterio de quien las diseña, lo cual permite mayor funcionalidad y originalidad. Nuestros informantes nos hablan de sus recuerdos sobre las que se han dado en llamar vajillas con narración, con encargos personalizados:

«(...) Regalaba a sus amigos vajillas con textos clásicos donde aparecía la palabra Hacienda, porque los dos amigos que se iban a casar trabajaban en la agencia tributaria. Regalaba el hondo y el llano, y empezaba en un plato y continuaba el texto en el otro, era increíble».

Jesús Engenios, antiguo director de la escuela de cerámica de Talavera, nos manifestaba a propósito del tema de la vinculación entre la faceta creativa de las vajillas y sus posibilidades a futuro en la alta cocina:

«Tendríamos que aprovechar ese momento para que llegase la cerámica a los grandes restaurantes y a los chefs de cocina. Los grandes restaurantes necesitan soportes para platos y hay materiales que no permiten hacer lo que ellos quieren y eso sí lo consigue la cerámica».

Ese vínculo a través de chefs reconocidos ya ha comenzado a estrecharse mediante iniciativas muy significativas. La primera, más destacada e internacional, ha sido el restaurante de José Andrés: Bazaar bar, con dos estrellas Michelin, situado en Miami y decorado por Mónica García del Pino con grandes murales de azulejos hechos a medida con cerámica de Talavera, con ideas y diseños propios. En el encargo, donde una vez más se advierte la importancia ornamental de la cerámica talaverana, también se incluían azulejos para poder utilizar como servicio de mesa. Ese uso de lo arquitectónico-ornamental como utensilio culinario conjugado con la decoración del local, abre nuevas vías y muestra la adaptabilidad que esta cerámica ofrece en relación con las claves conceptuales complejas de la alta cocina, que buscan la diferencia, la exclusividad y, al mismo tiempo, la autenticidad.

Uno de los problemas que el uso de cerámica tradicional presenta en espacios gastronómicos de alto nivel, tiene que ver con la respuesta de las formas de producción artesanales ante los requerimientos de la alta cocina. Por ejemplo, las piezas de loza elaboradas a la manera tradicional no resultan compatibles con el uso de instrumento de cocina hoy tan comunes como los lavavajillas (menos aún de los industriales, más agresivos con las piezas), imprescindibles hoy en día por eficiencia e higiene en los restaurantes; o bien dan problemas con su uso en el microondas. Para adaptar las piezas para su uso en este tipo de establecimientos, hay que estudiar aspectos tales como el coeficiente de dilatación del barro, así como la manera en que el esmalte utilizado se ajusta a los cambios. También se hace indispensable llevar a cabo formulaciones diferentes de colores y baños, que hagan la vajilla más resistente ante los numerosos servicios diarios. Entre las técnicas para controlar el coeficiente de dilatación se encuentra el uso de caldo⁷ o el hecho de evitar fabricar este tipo de piezas en el torno. Hay que decir aquí, de todos modos, que estas variaciones constituyen aun hoy en día una cierta excepción entre los productores talaveranos, siendo más numerosos los talleres en los que se avisa a los compradores de que las piezas realizadas con métodos tradicionales no presentan una resistencia suficiente al uso de determinados electrodomésticos (lavavajillas, hornos, microondas, etc).

En el año 2019, otro taller, Centro Cerámico, llevó a cabo el mural que preside el restaurante Raíces —una estrella Michelin—, dirigido por el chef local Carlos Maldonado vencedor de la tercera edición de Masterchef en el año 2013. Carlos Maldonado nació y creció en Talavera de la Reina. Su victoria en

⁷ El caldo o colada consiste en echar arcilla líquida dentro de un molde de escayola y dejarla unos minutos hasta que se endurezca. Luego, se vacía el molde de la barbotina que sobra y se deja secar.

el programa televisivo le cambió la vida. Su profesionalización pasó por la formación en las artes culinarias del Basque Culinary Center donde cursó un Máster en Cocina, Técnica y Producto. Su profesionalidad y popularidad está estrechamente unida por su paso por el programa de televisión. En 2017 Carlos inaugura su proyecto gastronómico más serio, Raíces, pocos meses después es finalista del prestigioso Premio Cocinero Revelación Madrid Fusión, y gana el Premio Newcorred al Emprendedor del Año. En 2018 el restaurante 'Raíces' consigue su primer Sol en la Guía Repsol, Bib Gourmand de la Guía Michelin y está considerado por el tenedor entre los 10 mejores restaurantes de España. La creación cerámica recoge los recuerdos del chef asociados a varios lugares de la ciudad, con lo cual se apuesta por una personalización —lugares significativos para el chef— a la que añade un ejercicio de traslación en clave local: comer en su restaurante es comer en Talavera. Transita hacia una propuesta de alta gastronomía con arraigo local.

En Raíces, Maldonado usa cerámica talaverana para presentar sus platos: “queremos que todo gire en torno a Talavera y a la cerámica”. Su discurso pauta diferenciaciones que se basan necesariamente en la condición de autóctono del chef, quien sirve sus creaciones gastronómicas en vajillas diseñadas por él mismo, junto con los alfareros que le elaboran las piezas. Su mensaje une en la experiencia gastronómica tanto el producto y la elaboración de los platos, como el trabajo artesano de cada pieza sobre la que reposan creaciones auténticas y de raíz. Ahí es donde el chef encuentra tanto su discurso como la metáfora de su propuesta: piezas hechas artesanalmente con el barro de la (su) tierra, pero en una mesa de alcurnia:

«Nadie se ha ocupado de darle el lugar que merece. Las cerámicas de Talavera han estado en las mesas de los reyes de España, pero se nos había olvidado. Yo no quiero que se olvide, porque también nosotros estamos hechos de barro».

'Hechos de barro' es el nombre del menú gastronómico que actualmente ofrece Maldonado en su restaurante. Está compuesto por veintiuna propuestas que proponen al comensal un viaje a través del tiempo por tierras de Talavera de la Reina y su comarca. El restaurante deviene, de este modo, el epicentro de una experiencia multisensorial y en la que priman aspectos tales como observar y sentir el paisaje, visitar la ciudad, conocer la cerámica talaverana. Degustar as especialidades gastronómicas se convierte, así, en una forma transitoria de «ser de aquí», de convertir “de dentro” al de fuera.

Ahora bien, esa marca identitaria no debe ser confundida con inmanencia o inmovilismo, ya que las vajillas que Maldonado usa son innovaciones atrevidas, mucho más allá de lo tradicional, a las que denomina «gamberras»,

aun cuando apelan, en todo momento, a la tradición. Asistimos, en este caso, a una formulación personalizada de la loza talaverana en su unión con la gastronomía, en la que se mantienen tanto la técnica como los procesos de elaboración habituales, pero que “rompe”, deliberadamente, con el concepto de vajilla tradicional.

Pero la propuesta de Maldonado va más allá de usar la cerámica como algo complementario o secundario dentro de su narrativa. Simbólicamente, su visión sobre la industria más importante de la ciudad es también interesante. Tal y como señalaba hace más de cuarenta años el antropólogo argentino Néstor García Canclini (1982), las artesanías perviven hoy debido a que cubren necesidades sociales, entre las cuales, en el caso específico de la cerámica, la de convertirse en un soporte para la recreación de la tradición (Freire-Paz, 2021b). Sobre ese hecho, no solo se conecta con valores del pasado, sino que se amparan expectativas y proyectos para el futuro (cf. Godinho, 2017). En este sentido, en el barro elaborado con la tierra local se reconoce simbólicamente una materia prima de importancia vital que refuerza el vínculo interpretativo de los artesanos con la deidad (Freire-Paz, 2021a) a través de asociaciones mentales con lo original, lo primigenio, lo natural, lo sostenible e incluso lo sano. Unir la cerámica con lo culinario, lleva a crear ámbitos de comunicación compartidos, de la una a lo otro.

Y, sin embargo, el pasado es importante. En el caso de la cerámica de Talavera, es desde el presente que se ha apelado a la historia como gran aval para esta artesanía, a través de su inscripción como Patrimonio Cultural Inmaterial (PCI) de la UNESCO, con una candidatura, además, transnacional a ambos lados del Atlántico. La inscripción como PCI en diciembre de 2019 otorgó, desde ese momento, a la loza talaverana el paraguas de una marca (Jiménez & Seño, 2019) equiparable a (y conjugable con) las estrellas Michelin que se otorgan en la cocina de alta gama.

Dicho reconocimiento ha permitido el establecimiento de nuevas intersecciones, entre las cuales podemos destacar aquí un par de ellas que resultan de interés. Por un lado, la iniciativa de la Fundación Michelangelo⁸, que organizó una Summer School en Talavera durante el verano de 2022, en la cual se crearon diseños y vajillas para el sector de la restauración.⁹ Por otro lado, el taller Centro Cerámico, que ya había trabajado anteriormente para el

⁸ <https://www.michelangelofoundation.org/>

⁹ En este mismo contexto, hay que señalar que la Junta de Castilla la Mancha planeó simultáneamente distintas ayudas económicas para el sector, en relación con la adquisición de piezas artesanales únicas que abundasen en esa unión señalada entre la artesanía y la gastronomía.

mencionado restaurante Raíces, diseñó y llevó a cabo también durante el primer cuarto de 2022, cinco murales para el restaurante de comida japonesa «Mazinger», situado en el casco histórico de la ciudad y cuyo nombre refiere, por cierto, a la internacionalmente conocida serie de animación japonesa de los años 70: Mazinger Z. La diferencia aquí la aporta la incorporación al equipo de trabajo del taller de un ilustrador, encargado de aportar el toque relacionado con la serie de dibujos animados, estableciendo un interesante puente entre la modernidad y la transgresión, por un lado, y la tradición por otro. Uno de los propietarios del taller Centro Cerámico, Juan Carlos, nos explicaba los fundamentos de dicha colaboración:

«Los murales de Mazinger los hemos realizado nosotros, pero son diseños de un ilustrador. Muchas veces tenemos que adaptar el lenguaje de la ilustración al cerámico, porque no son lo mismo, pero si lo haces bien, salen piezas maravillosas como las del restaurante (...) el beneficio económico lo suple la satisfacción de crear algo».

El mundo de lo culinario parece, pues, querer afianzar y renovar su alianza con los nuevos caminos emprendidos por la cerámica talaverana. Los artesanos se han erigido hoy en día como artistas, al igual que los cocineros, ganando prestigio y buscando la sublimación de sus creaciones. A pesar de ello, la paradoja aquí radica en el hecho de que la maestría artesanal se conseguía, hasta hace pocos años, a través de la repetición constante de motivos y piezas. Precisamente, el valor más apreciado de cualquier artesano en las sociedades tradicionales era su habilidad para reproducir una y otra vez los modelos establecidos, socialmente reconocidos, hasta alcanzar grados de calidad y de exactitud mucho más que destacables. Esa destreza parece haber tomado hoy en día, sin embargo, una dirección contraria. De los artesanos se busca hoy su originalidad, su creatividad, en tanto que factor que los vincula con lo artístico y, desde ahí, cada pieza se convierte en única. Se abren, de este modo, nuevos cauces que conectan la elaboración artesana con el mercado del arte (Rei, 2016), en el que caben hoy en día tanto la creación cerámica como la gastronómica. De este modo, tenemos también que, con la apropiación por parte de las clases más acomodadas de las formas de elaboración artesana en otro momento identificadas con las clases populares, se produce una inversión de la finalidad instrumental, frente a la noción de estética que Kant estableció.

PARA NO CONCLUIR

La cerámica tradicional ha sido definida en ocasiones como la más valiosa manifestación del arte popular (Vicente, 1980). Se ha destacado de ella su capacidad para evolucionar constantemente, para adaptarse a las diferentes necesidades y usos sociales. Eso sí, sin variar sustancialmente. Por otro lado, parece mantenerse la idea de que las clases más populares poseen un cierto “gusto de lo necesario”, que dota de ese valor inmanente a sus manifestaciones artesanas e incluso artísticas.

El valor en el mercado actual de la cerámica de Talavera parece proceder, hoy en día, de la construcción poco precisa y en ocasiones mitificada, de unos orígenes remotos y una vinculación con las clases dominantes (entre las cuales el papel de la casa real parece ser ineludible). Desde ahí, todo parece diluirse durante alrededor de tres siglos, hasta la aparición de la figura de Ruíz de Luna, que supone otro escalón en la construcción del relato, asociado en esta ocasión, de manera más personalista, con el dominio de la técnica atribuido a este genio creador. De este modo, se construye sobre esas bases la justificación de la excelencia de una artesanía que era y sigue siendo principalmente anónima, elaborada a ambos lados del Atlántico y con unos usos ligados a la vida del común de la gente, a lo popular, que ha facilitado, por otro lado, su actual nexo con la alta gastronomía, al entroncar con las identidades locales y, al mismo tiempo, con la construcción de “lo propio”. La cerámica talaverana, en este sentido, facilita un lugar de referencia para lo gastronómico.

No se trata, sin embargo, de un espacio físico concreto. Hay que recordar aquí que la cerámica talaverana se produce en cuatro localidades distintas y bien conocidas, separadas dos a dos por el Atlántico. El concepto abstracto de lugar, de lo local, no puede ser confundido (o no únicamente) con una situación geográfica específica. Cuando afirmamos que la talavera proporciona un lugar de referencia, es porque identifica la construcción de una tradición, una forma de hacer. Con toda la variabilidad que ello supone, es cierto, pero, al fin y al cabo, un lugar simbólico susceptible de ser reconocido como propio, un lugar tan etéreo como “local”, donde existe una historia social vinculada con la gente, y no solo con personalidades específicas, y donde la lumbre ha permanecido siempre encendida; un lugar que es único, y que invita a ser visitado porque sigue apegado a la tradición y, en este mismo sentido, es percibido como auténtico. Un lugar, en definitiva, donde se puede saborear la tierra.

De este modo, la cerámica de Talavera ha encontrado hoy en día nuevas vías para transitar por el siglo XXI; para construir su futuro tras quinientos años de historia, y ello creando estrategias de pervivencia mediante una fórmula que

se ha revelado como exitosa: el apego a la tierra a través, principalmente, de «lo popular», de lo tradicional. Unas estrategias que comparte, por otro lado, con otras versiones de lo alimentario, e incluso de lo culinario o lo gastronómico, si así lo preferimos, que cubre desde la alimentación gourmet hasta las denominaciones de origen protegidas y que, como la alta cocina, se sitúa dentro de un nicho de mercado en el que aumenta (¿ininterrumpidamente?) la demanda.

En el siglo XXI, la cerámica de Talavera continúa transitando por nuevos horizontes, buscando respuesta a nuevas demandas sociales y creando estrategias de supervivencia que puedan ser útiles y efectivas. Hoy en día, sin embargo, y por vez primera, dichas estrategias la vinculan específicamente a experiencias gastronómicas innovadoras que, sin embargo, tienen su base en lo tradicional y en las identidades locales, creando discursos tan efectivos como comprensibles desde lo social.

BIBLIOGRAFÍA

- Alvigini Santi, A. 2006. *El Hombre y el Barro. Historia de la cerámica de Talavera*. Excmo. Ayto. de Talavera de la Reina, Talavera de la Reina, España.
- Batjin, M. 1987. *Francois Rabelais y la cultura popular en el medioevo y en el Renacimiento*. Alianza Editorial, Madrid.
- Bourdieu, P. 2012 *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Taurus, Madrid.
- Castro, H. C. de, & Maciel, M. E. 2015 «Reflexoes sobre o Método Etnográfico para Apreensão das Políticas Sociais no campo da Alimentação e Nutrição: notas de pesquisa em uma cozinha comunitária». *DEMETRA: Alimentação, Nutrição & Saúde*, 10(3), 523-537. <https://doi.org/10.12957/demetra.2015.15933>
- Cipriano-Crespo, C., Freire-Paz, E y Medina, F. X. (2023) «The Cultural revalorization of the ceramics of Talavera from folk culture to haute cuisine». *International Journal of Gastronomy and Food Science*, vol. 32, junio, 100683.
- Delwiche, J. F. (2012). «You eat with your eyes first». *Physiology & behavior*, 107(4), 502-504. <https://doi.org/10.1016/j.physbeh.2012.07.007>
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2012). *El campo de la investigación cualitativa: Manual de investigación cualitativa Vol. I*. Editorial GEDISA.
- Freire-Paz, E. (2004) *La recuperación de la alfarería tradicional en la provincia de Lugo. Procesos socio-económicos y culturales*. Servizo de Publicacións USC, Santiago de Compostela.
- Freire-Paz, E. (2021^a) «Presentación. Alquimia de la tierra». *Gazeta de Antropología*, 2021, 37 (2), artículo 00. DOI: DOI: 10.30827/Digibug.72178
- Freire-Paz, E. (2021^b) «Los cántaros secos. Una revisión de la alfarería tradicional gallega». *Gazeta de Antropología*, 2021, 37 (2), artículo 06. DOI: 10.30827/Digibug.72184.

- García Canclini, N. (1982) *Las culturas populares en el capitalismo*. Nueva Imagen, México.
- Garine, I. de (2016) «Antropología de la alimentación: entre naturaleza y cultura». *Antropología de la alimentación*. Universidad de Guadalajara, Jalisco, México, 89-103.
- Godinho, P. (2017) *O futuro é para sempre: experiência, expectativa e práticas possíveis*. Letra Livre, Lisboa.
- González Turmo, I. (1998) «La dimension social de la cocina desde la antropología de la alimentación». Available at <https://www.researchgate.net/publication/315657965>.
- Goody, J. (1984) *Cuisines, cuisine et classes*. Centre George Pompidou, París.
- Guidonet, A. (2007). *La antropología de la alimentación*. Editorial UOC, Barcelona.
- Hine, C. (2004) *Etnografía Virtual*. Editorial UOC, Barcelona.
- Huerta, R., 2015. «La jerarquía de la mesa y el diseño de la vajilla como elementos de educación artística desde la cultura visual». *Visualidades*, 12. <https://doi.org/10.5216/vis.v12i1.33693>
- Jiménez de Madariaga, C. & Seño Asencio, F. «Somos de marca» Turismo y marca UNESCO en el Patrimonio Cultural Inmaterial». *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, Vol. 17, Nº 6, 2019, 1127-1141.
- Krane, V, Baird. S., 2005. «Using ethnography in applied sport psychology». *Journal of Applied Sport Psychology* 17(2): 87-107. <https://doi.org/10.1080/10413200590932371>.
- López, M. del C., 2015. *Técnica y estética de la cerámica de Talavera de la Reina: Recursos iconográficos* [Info:eu-repo/semantics/doctoralThesis]. Universidad Complutense de Madrid. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/34376/> (Consultada 30 septiembre 2022).
- López, J., Mariano, L., & Medina, F. X., 2017. «Usos y significados contemporáneos de la comida desde la antropología de la alimentación en América Latina y España». *Revista de Dialectología y Tradiciones Populares*, 71(2), 327-370. <https://doi.org/10.3989/rdtp.2016.02.001>
- Macbeth, H., MacClancy, J., 2004. «Introduction. How to do anthropologies of food», in Helen Macbeth & Jeremy MacClancy (ed.), *Researching food habits. Methods and problems*. 1-17. Oxford: Berghahn.
- Rei, M. (2016) *Do Operário Ao Artista. Uma Etnografia Em Contexto Industrial No Vale Do AVE*. Deriva e Outro Modo, Le Monde diplomatique, Portugal.
- Rodríguez Viñuelas, F. J. 2015. «La Cerámica en la pintura de Zurbarán». *En XV Jornada de Historia de Fuente de Cantos Zurbarán, 1598-1664, 350 aniversario de su muerte*, Felipe Lorenzana de la Puente y Rogelio Segovia Sopo (Coords.), 223-243. Asociación Cultural Lucerna, Madrid, España.
- Sánchez-Cabezudo, Á., 2016. *La cerámica de Talavera en el monasterio de El Escorial*. Universidad de Castilla-La Mancha, Toledo, España.
- Taylor, S. J., & Bogdan, R., 1998. *Introduction to qualitative research methods: A guidebook and resources* (3rd ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Tortosa, J. C., 2012. «La cocina de vanguardia: cuando los restaurantes dan paso a los

- espacios de sensaciones». *Disturbis*, 0(12), 1-7.
http://www.disturbis.esteticauab.org/DisturbisII/Indice_12.html (Consultada 12 noviembre 2022).
- Vázquez, M. B. *et al.*, 2016. «¿Cuál es el Impacto de la Vajilla en la Aceptabilidad de una sopa instantánea reducida en sodio?». *Actualización en Nutrición* 17, 4, 109-114.
- Vicente, A. Z., 1980. «La cerámica popular». *Los Cuadernos del Norte: Revista cultural de la Caja de Ahorros de Asturias*, 1(3), 11-20.



EL CAMBIO DE ESTATUS SOCIAL DE LA ALGARROBA: DE COMIDA DE ANIMALES Y TIEMPOS DE ESCASEZ A PRODUCTO GOURMET

THE CHANGE IN THE SOCIAL STATUS OF THE ALGARROBA: FROM ANIMAL FOOD AND TIMES OF SHORTAGE TO GOURMETIN PRODUCT

A MUDANÇA DO ESTATUTO SOCIAL DA ALGARROBA: DE ALIMENTO ANIMAL E TEMPOS DE ESCASSEZ A PRODUTO GOSTOSO

LÓPEZ-LAGO ORTIZ, L.
Universidad de Extremadura
luislopezlag@unex.es
Orcid: 0000-0002-2129-3442

PEDRET MASSANET, C.
Universidad Nacional de
Educación a Distancia
pedret70@hotmail.com
Orcid: 0000-0002-6432-5520

Recibido: 14/07/2023

Aceptado: 20/09/2023

RESUMEN

El llamado boom gastronómico y el interés por la conservación del patrimonio alimentario mediterráneo como recurso turístico ponen de manifiesto la existencia de procesos de redescubrimiento y revalorización de algunos alimentos que están experimentando un cambio de estatus social. Este es el caso de la algarroba en el contexto de las Islas Baleares. A partir de los usos tradicionales de esta leguminosa y de los cambios producidos en su producción y consumo en los últimos años, en este artículo se analiza su proceso de gourmetización e introducción en la alta cocina. El uso de una metodología cualitativa basada en entrevistas semiestructuradas y en la observación, ha permitido estudiar, en primer lugar, el papel del algarrobo y su fruto como elementos de la memoria biocultural de la sociedad de las islas; en segundo lugar, los recientes cambios de valor que está experimentando la algarroba; en tercer lugar, las estrategias y actores que están contribuyendo al redescubrimiento y revalorización de este alimento; y finalmente, su introducción en la alta gastronomía. Este artículo muestra cómo la revalorización y gourmetización de la algarroba está vinculada a discursos que enfatizan la condición «local» de los productos y que apuestan por la recuperación de la gastronomía tradicional, como modelo productivo «sostenible» y como símbolo de «autenticidad».

Palabras clave: algarroba, memoria cultural, producto gourmet, Islas Baleares, autenticidad.

ABSTRACT

The so-called gastronomic boom and the interest in the conservation of Mediterranean food heritage as a tourist resource highlight the existence of processes of rediscovery and revaluation of some foods that are undergoing a change in social status. This is the case of carob in the context of the Balearic Islands. Based on the traditional uses of this legume and the changes that have taken place in its production and consumption in recent years, this article analyses its gourmetisation process and its introduction into haute cuisine. The use of a qualitative methodology based on semi-structured interviews and observation has made it possible to study, firstly, the role of carob and its fruit as elements of the biocultural memory of island society; secondly, the recent changes in value that carob is experiencing; thirdly, the strategies and actors that are contributing to the rediscovery and revaluation of this food; and finally, its introduction into haute cuisine. This article shows how the revaluation and gourmetisation of carob is linked to discourses that emphasise the "local" condition of the products and are committed to the recovery of traditional gastronomy, as a "sustainable" production model and as a symbol of "authenticity".

Keywords: carob, cultural memory, gourmet product, Balearic Islands, authenticity.

1. INTRODUCCIÓN

El boom gastronómico (Blanco Pérez y López Redondo 2021), el interés por la conservación del patrimonio alimentario mediterráneo como recurso turístico (Espeitx Bernat 2004; Hjalager y Richards 2011; Kilburn 2018) y la revitalización de la gastronomía popular y tradicional muestran la existencia de procesos de redescubrimiento y revalorización de algunos alimentos asociados a las clases populares (Geyzen 2014; Noguer-Juncà, Crespi-Vallbona, y Fusté-Forné 2021). Desde una perspectiva social y cultural, estos alimentos experimentan un cambio de significado al entrar a formar parte de las cartas y menús de los restaurantes de alta cocina (Fàbrega y Colom 2016). En consecuencia, se genera un nuevo interés por dichos alimentos y se les otorgan otros valores que los hacen transitar hacia la categoría de productos gourmet. Este es el caso de la algarroba¹ en el contexto de las Islas Baleares, alimento que está inmerso en un reciente proceso de revalorización. Considerada comida de animales o comida de pobres, asociada al hambre durante los años de la guerra civil y de la posguerra (Cardona Torres 2016; Fàbrega y Colom 2016; Mariano Juárez y Conde Caballero 2023; Tur Marí 2021), olvidada por su bajo precio en el mercado y considerada uno de los símbolos del mundo rural anterior a la llegada del turismo, la algarroba está viviendo un proceso de redescubrimiento y gourmetización gracias a su uso en la cocina de élite de las Islas y a la recuperación de la gastronomía local tradicional como símbolo de lo auténtico y saludable (Pedret Massanet, López-Lago Ortiz, y Allen-Perkins 2023).

El algarrobo y su fruto, junto con el almendro, la olivera y la higuera, forman parte del paisaje y el patrimonio natural de las Islas Baleares, pero también, son un elemento importante de la memoria biocultural de esta zona del Mediterráneo (Toledo y Barrera-Bassols 2008). Aunque durante años, había sido un árbol abandonado y olvidado, el boom de la algarroba y la pérdida de muchísimos almendros por la plaga de la *Xylella fastidiosa* ha llevado a la recuperación de cultivos abandonados y a la plantación de nuevas extensiones de algarrobos, especialmente, en Mallorca e Ibiza. En estos momentos, las Islas Baleares producen un 36% del total de la producción de algarroba en España y un 22% a nivel mundial, con 10.670 hectáreas dedicadas al cultivo del algarrobo que pueden producir hasta 19.000 toneladas de algarrobas anuales (Govern de les Illes Balears 2020). En este estudio se analizan las dinámicas de revalorización de la algarroba, tomando en

¹ En este artículo hacemos referencia a la especie de algarrobo característica de la zona mediterránea *Ceratonia siliqua* L., y a su fruto.

consideración sus usos tradicionales y las prácticas que actualmente contribuyen a sustentar su nuevo estatus de producto gourmet.



Figura 1. Imágenes de la flor y la vaina de algarroba. Fuente: Cecilia Pedret

1.1. El algarrobo y su fruto como elementos de la memoria biocultural de las Islas Baleares

Las sociedades tienen una memoria colectiva, una memoria social, que, como exponen Toledo y Barrera (2008), incluye la diversidad biológica y la diversidad cultural; este conjunto configura lo que estos autores denominan la memoria biocultural de una sociedad. En el contexto de las Islas Baleares, el algarrobo y su fruto son un elemento representativo de esta memoria biocultural, forman parte del paisaje y del patrimonio natural, pero, también, de la cultura y tradiciones propias de esta región. Esta estrecha vinculación con la memoria y la identidad de la sociedad de las islas otorga un especial interés al proceso de redescubrimiento y resignificación cultural que está experimentando la algarroba. En este sentido, este estudio analiza las dinámicas de revalorización de la algarroba, considerando sus usos y significados anteriores y las prácticas que actualmente contribuyen a sustentar su nuevo estatus de producto representativo de la alta gastronomía de las Islas Baleares.

Como sostiene Elisa Cairati (2013), el algarrobo no es sólo un árbol sino un verdadero «mnemotopo», concepto propuesto por Jan Assman (1997) y que implica que el algarrobo es un lugar de memoria y trascendencia, de incorporación de historia y tradiciones, y punto de encuentro entre el pasado y el presente para diferentes culturas en distintos lugares del mundo. En este sentido y en el contexto de las Islas Baleares, el algarrobo y su fruto pueden ser considerados sinónimos de la «memoria cultural». Prueba de ello es que

podemos encontrar numerosas referencias en la cultura popular de las islas; romances, canciones populares, glosas o dichos tienen al algarrobo o a la algarroba como protagonistas. También, hay referencias en obras de gran valor cultural como las *Rondalles Mallorquines*, cuentos de Mallorca de tradición oral que Mosén Antoni Maria Alcover recopiló y que se publicaron a finales del siglo XIX; en *Die Balearen*, nueve volúmenes dedicados a las Islas Baleares escritos por el Archiduque Luís Salvador y publicados en 1897; o en *Bearn o la sala de les nines*, una de las novelas de Llorenç Villalonga considerado uno de los novelistas más importantes de la literatura catalana moderna.

El valor simbólico del algarrobo y su fruto (Garrido 2006) y su papel en la memoria cultural de la sociedad balear están presentes también en sus usos tradicionales. Todas las partes del algarrobo se han utilizado como medicina o como alimento (Amengual Vicens 2017; Cardona Torres 2016; Fàbrega y Colom 2016): las algarrobas en jarabe para la tos o el jugo de las algarrobas verdes para eliminar verrugas, o las algarrobas como alimento de los animales domésticos (cerdos, ovejas, mulas, caballos, cabras, etc.); las hojas para cataplasmas que alivian las erupciones, heridas e infecciones de la piel, o para la conservación de alimentos como los higos o las orelletes (dulces típicos de Ibiza y Formentera); la harina como sustituta del cacao y con efectos laxantes o bactericidas y con propiedades que reducen el colesterol; o el garrofín como espesante de helados, cremas, salsas, confituras, etc.

La madera del algarrobo se ha utilizado para producir carbón o leña y para la construcción de carruajes, carros de labranza o aperos agrícolas (Habsburgo-Lorena [1892] 2012). En el siglo XIX, se fabricaba alcohol con la pulpa de la algarroba en Ca n'Obrador en Ibiza, y en 1920, la empresa Industrias Agrícolas de Mallorca fundó una fábrica dedicada a la transformación de algarrobas en alcohol desnaturalizado. En Ibiza, se hacían cortinas para las casas combinando semillas de algarroba y trozos de caña. Las niñas confeccionaban rosarios y collares con los garrofinos (Cardona Torres 2016). Las frondosas ramas de los algarrobos proporcionaban sombra a las personas y a los animales, y ofrecían un lugar de reunión a familias y amigos. Debajo de los algarrobos se compartían historias, anécdotas, juegos y alimentos. Otro ámbito en el que se hace evidente la presencia del algarrobo y su fruto como parte de la memoria cultural de las islas es la toponimia: Torre des Garroveret (Formentera), calle de Ses Garroves (Inca, Mallorca), Carregador de ses Garroves (Banyalbufar, Mallorca), finca Son Garrova (Sant Llorenç des Cardassar, Mallorca) o el yacimiento arqueológico Can Garrover (Santa Agnès de Corona, Ibiza).

Con el paso del tiempo, estos usos tradicionales han ido cambiando y se han generado nuevas prácticas que han permitido que el algarrobo y su fruto sigan teniendo un papel importante en la cultura de las islas. Estos nuevos usos están relacionados, sobre todo, con celebraciones populares, la alimentación y la gastronomía gourmet. Entre lo que algunos autores denominan neofiestas (Pich Esteve 2019), encontramos fiestas populares de creación reciente como la de la Garrova Estrucada en Lluçmajor (Mallorca) o la de La Garrovada en Costitx (Mallorca) en las que la algarroba es protagonista. En el ámbito de la alimentación, las propiedades atribuidas por los nutricionistas a la algarroba han impulsado su uso y comercialización en los últimos años. Hace unos años, los productos elaborados con algarroba sólo se encontraban en tiendas especializadas, básicamente, ecotiendas y herbolarios, pero ahora se comercializan en supermercados y tiendas de alimentación. Los defensores del valor nutricional de la algarroba sostienen que es una fuente de proteínas, carbohidratos y azúcares naturales; aporta potasio, hierro, calcio y vitaminas; es rica en fibra; no tiene estimulantes; es baja en grasas y calorías; y contiene antioxidantes naturales. Otro aspecto interesante para su comercialización es la ventaja de ser un alimento apto para celíacos (no contiene gluten) y diabéticos (bajo índice glucémico). Todas estas propiedades han favorecido el aumento de la demanda y del consumo de nuevos productos elaborados con algarroba: panes, bizcochos, crosissants, magdalenas, galletas, buñuelos, creps, helados, salsa, cerveza, crema para untar, café, infusión, sirope, ketchup, vino, pasta o licor (Fuchs 2020). Por último, la goma garrofín (E410) que se obtiene al moler la semilla de la algarroba es muy utilizada en la industria alimentaria como espesante, para mejorar la textura y la untabilidad, para evitar la formación de cristales de hielo, para mantener las propiedades de los alimentos, para acelerar la coagulación de algunos quesos o para evitar la pérdida de agua (Fàbrega y Colom 2016).

Por otro lado, cabe destacar que la algarroba ha empezado a estar presente en la gastronomía de élite de las islas superando así su condición de alimento estigmatizado y olvidado. En la sociedad de las islas, la algarroba fue durante décadas un producto estigmatizado asociado a la comida de animales y a los tiempos de escasez. Por este motivo, su introducción en la alta pastelería y en los menús de los restaurantes más reconocidos de las islas, resulta un fenómeno novedoso y sugerente ligado a ciertos cambios de valor, que comentaremos a continuación, y a ciertas estrategias y actores que están contribuyendo al redescubrimiento y revalorización de la algarroba.

2. METODOLOGÍA

Este estudio analiza las dinámicas de revalorización de la algarroba, considerando sus usos anteriores y las prácticas que actualmente contribuyen a sustentar su nuevo estatus de producto representativo de la alta gastronomía de las Islas Baleares. Se ha utilizado una metodología cualitativa basada en entrevistas semiestructuradas y observación (Hammersley y Atkinson 1994; Díaz de Rada 2019) para analizar las estrategias y actores que contribuyen al proceso de redescubrimiento y revalorización de la algarroba. Las entrevistas fueron realizadas por la primera autora en catalán y castellano a lo largo del año 2022, y tuvieron una duración media de 80 minutos. Se realizaron en zonas rurales de producción de algarroba y consumo tradicional en épocas de escasez, y en zonas del circuito turístico balear donde esta leguminosa está adquiriendo nuevos valores y significados culturales. Los lugares donde se realizaron las entrevistas incluyen los domicilios de los consumidores, las fincas de los productores (coincidiendo en algunos casos estas dos condiciones en un mismo entrevistado), las dependencias de las instituciones de los responsables políticos, los negocios de restauración y elaboración de repostería de chefs y pasteleros, así como locales de venta de productos típicos.

El diseño de la investigación ha sido flexible para permitir la incorporación de hallazgos surgidos durante el trabajo de campo y no previstos inicialmente (Corbetta 2007; Pérez Serrano 1994). Los datos fueron recogidos a lo largo del año 2022 en las Islas Baleares, un archipiélago localizado al este del país y cuyas principales islas son: Mallorca, Menorca, Ibiza, Formentera y Cabrera. Es importante tomar en consideración que gran parte de la actividad económica de estas islas está centrada en el turismo y en el sector servicios. En los últimos años, el impulso del turismo gastronómico ha conllevado un aumento significativo en el número de restaurantes reconocidos en las Guías Michelin y Repsol, con 11 y 37 restaurantes, respectivamente, en el año 2022 (Guía Repsol 2022; Solla Falcón 2014). Por otro lado, la selección de localidades para este estudio se fundamentó en criterios de producción y consumo de algarroba.

Técnica de investigación	Material empírico obtenido
Diario de campo	Notas del trabajo de campo. Información tomada en contexto, temas adicionales.
Entrevistas semiestructuradas	Realizadas a consumidores, cocineros, pasteleros, pequeños productores, responsables de empresas especializadas, nutricionistas, investigadores de la cultura local y responsables políticos, sobre un guión de entrevista que incluía temas sobre los significados y valores del consumo de algarroba en periodos de escasez y en la actualidad, además de recuerdos, recetas, demanda del producto, agentes y factores implicados en la revalorización, consideración como superalimento y alimento de moda.
Entrevistas sin estructurar	Realizadas a consumidores (pasado y presente) de forma ocasional y a vendedores de establecimientos de venta de productos tradicionales.
Observación directa	En domicilios de consumidores, en tiendas de productos tradicionales, negocios de restauración y pastelería, y administraciones públicas

Tabla 1. Técnicas de investigación. Fuente elaboración propia.

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1. Cambios de valor experimentados por la algarroba en los últimos años

En las Islas Baleares, el algarrobo está unido a la economía de subsistencia que ha caracterizado a la población rural durante siglos. Su fruto, la algarroba, ha sido un alimento estigmatizado durante décadas por ser considerado comida de animales, sobre todo, de los cerdos, comida de pobres o recurso para aliviar el hambre durante los años de escasez (Cardona Torres 2016; Fàbrega y Colom 2016; Mariano Juárez y Conde Caballero 2023; Tur Marí 2021). Durante la Guerra Civil y los años de la posguerra, muchos alimentos escasearon y productos como el azúcar, el café, la harina o el cacao se convirtieron en artículos de lujo que la mayoría de la población no podía permitirse. En esos años, las algarrobas se

convirtieron en materia prima para elaborar sucedáneos de todo tipo, pero también, se comían para saciar el hambre cuando no había nada más, normalmente crudas y, en algunos casos, tostadas.

«Aquí había muchas algarrobas y nos las comíamos. Aunque, sobre todo, se las dábamos a los animales, a las cabras y a los burros. Teníamos la algarroba buval que era más gorda y muy buena. La tostábamos en el horno. Si teníamos hambre, cogíamos algarrobas y nos las comíamos». (E11 y E12)

La memoria histórica de muchas personas de estas islas ha asociado la algarroba con esos tiempos difíciles, esto ha provocado el rechazo de este alimento por su relación con los años de penurias, hambre y escasez. Entre las personas mayores la algarroba aún hoy se piensa como un alimento estigmatizado por su doble condición de comida de animales y comida de los años del hambre (Conde-Caballero, Rivero-Jimenez, y Mariano-Juarez 2021; Tur Marí 2021). De este modo, la algarroba muestra la existencia de continuidades entre los recuerdos de inseguridad alimentaria de la infancia y las prácticas nutricionales que posteriormente mantienen los adultos mayores. Estos recuerdos conforman actitudes hacia la comida e informan de los modos de consumo preferentes, los cuales son performativos en multitud de ocasiones (Conde-Caballero, Rivero-Jimenez, y Mariano-Juarez 2021).

«La gente mallorquina más mayor, cuando ven un plato que lleva algarroba fruncen la nariz. A mi abuela le cuesta comer algo que tenga algarroba porque la asocia con la comida de los cerdos y con los años de escasez». (E24)

Por otro lado, la conexión de la algarroba con el mundo rural anterior al boom turístico imaginado como atrasado, arcaico, pobre o subdesarrollado, también contribuyó a la escasa valoración de este alimento y su precio en el mercado siguió cayendo. Las familias, acompañadas por algunos vecinos, dejaron de reunirse a finales de agosto para recoger las algarrobas como habían hecho durante generaciones porque ya no era rentable. Aunque el algarrobo y su fruto no dejaron nunca de formar parte de la memoria biocultural de las islas, y siempre fueron parte de la identidad cultural de sus gentes, perdieron interés social, cultural y económico. Pero, en los últimos años, esta situación ha dado un giro radical como muestran los titulares de la prensa local y nacional donde se habla de «boom», moda y multiplicación del precio de la algarroba utilizando calificativos como: superalimento (Méndez 2023; Piqueras 2019), oro del siglo XXI (Peinazo 2020), oro negro (Delgado 2022; Jiménez 2020), o nuevo azafrán (Vázquez 2022).

Los valores dietéticos y nutricionales ligados a la algarroba la han posicionado en el discurso de la alimentación sana y sostenible, caracterizada

por el consumo de producto local y de temporada. Sus propiedades beneficiosas (López-Sánchez, Moreno, and García-Viguera 2021; Milek Dos Santos et al. 2015) y sus posibilidades culinarias (Fuchs 2020) han impulsado el interés por la recuperación de este producto confluyendo con las nuevas tendencias gastronómicas que se interesan por el producto local, sostenible y saludable, y por la recuperación de lo tradicional como sinónimo de lo «auténtico» (de Garine 2022). La producción de alimentos identificados como «auténticos», «locales», «sostenibles», «artesanales» o «tradicionales», ha contribuido también a la potenciación de los procesos de patrimonialización orientados a su conservación y explotación comercial (Bérard y Marchenay 2007; Chazoule y Lambert 2011; Duhart 2015). En el contexto de las Islas Baleares, se han producido diferentes prácticas de patrimonialización de la algarroba convirtiéndose, por ejemplo, en el ingrediente principal del Tianet (bizcocho de algarroba y naranja), dulce representativo de la fiesta de San Sebastián, patrón de la ciudad de Palma; o, como se ha comentado anteriormente, ha adquirido un papel protagonista en las nuevas fiestas populares en diferentes pueblos de Mallorca (Pich Esteve 2019).

Por su parte, el algarrobo está adquiriendo nuevos valores como aliado del cambio climático por su sostenibilidad y resistencia. Es un árbol fácil de mantener, no es sensible a las plagas, está bien adaptado al clima mediterráneo y a los suelos pobres, y contribuye a la restauración de suelos. Su baja huella medioambiental lo convierte en un cultivo idóneo en zonas con largos periodos de temperaturas cálidas y secas, lo que favorece y refuerza la soberanía alimentaria y la economía local (Aguilera Peña 2014; Gioxari et al. 2022; Winer 1980). Si el boom turístico que vivieron las Islas Baleares en la década de 1960 favoreció el abandono del cultivo de algarrobo en favor del trabajo en el sector servicios, en la actualidad las Islas Baleares han apostado por el cultivo de algarroba de manera decidida (Govern de les Illes Balears 2020) como medio para la preservación del paisaje y el patrimonio natural, y como motor para la producción y el consumo sostenibles.

Pero, uno de los factores que más está contribuyendo al cambio de valor de la algarroba y, en consecuencia, a su desestigmatización es su introducción en la gastronomía de élite. Muchos de los chefs y reposteros más reconocidos y mediáticos de las islas han empezado a incluir habitualmente este alimento en sus elaboraciones y en sus cartas, contribuyendo así al proceso de revalorización y gourmetización de la algarroba (Pedret Massanet, López-Lago Ortiz, and Allen-Perkins 2023). Estos nuevos valores asociados al proceso de redescubrimiento y revalorización de la algarroba han propiciado un aumento considerable de su precio que se ha multiplicado por ocho en apenas cinco

años y, a su vez, ha provocado un incremento notable de los robos de algarroba en las fincas agrícolas de las islas. La proliferación de los robos ha generado la necesidad de elaborar nuevos protocolos orientados a certificar la procedencia del producto (Frau 2022; Govern de les Illes Balears 2021; Pallás y Salvador 2022) y ha obligado al Equipo especial ROCA de la Guardia Civil a investigar numerosos delitos relacionados con la sustracción de algarrobas (Peris 2022).

3.2. Estrategias y actores que contribuyen al redescubrimiento y revalorización de la algarroba

En los últimos años, además de ganar protagonismo en los medios de comunicación locales y nacionales, la algarroba ha despertado el interés de empresas, pasteleros y reposteros, chefs y cocineros, asociaciones y fundaciones o de las propias instituciones locales. Todos ellos han pasado a ser agentes implicados en el proceso de redescubrimiento y revalorización de la algarroba, con un protagonismo claro de las empresas especializadas y de los chefs más reconocidos de las islas. Empresas como Es Garrover de Mallorca o Ibiza Carob Company están liderando proyectos de investigación y se han centrado, no sólo en la producción de la goma de garroffín, sino también, en la elaboración de diferentes productos que buscan «crear un producto de calidad con la intención de lograr su revalorización. Transformar algo que no tenía valor y que la gente no quería comer porque decían que era comida de animales» (Juana Verger, Es Garrover de Mallorca). Estos empresarios consideran clave para su negocio desestigmatizar la algarroba e investirla de nuevos valores y significados. En sus estrategias de marketing estas empresas vinculan de nuevo el valor de la algarroba a sus propiedades beneficiosas para la salud, pero, también, de manera destacada, a su contribución a la sostenibilidad de los territorios y la mitigación de los efectos del cambio climático (Medina y Aguilar 2022; Medina et al. 2021). Por otro lado, el desarrollo del sector empresarial ha favorecido las alianzas entre chefs, empresas y productores. En este sentido, los productores suministran algarroba a estas nuevas empresas especializadas en este alimento, quienes a su vez surten de productos elaborados con algarroba a los restaurantes y pastelerías. Al mismo tiempo, las empresas especializadas han establecido colaboraciones con chefs reconocidos que crean recetas con algarroba, organizan showcooking o elaboran menús degustación en los cuales todos los platos tienen a la algarroba como uno de sus ingredientes.

La algarroba también ha despertado el interés de diferentes asociaciones y fundaciones en los últimos años. La fundación Mallorca Preservation

Foundation en colaboración con la Asociación de Producción Agraria Ecológica de Mallorca (APAEMA) ha financiado la regeneración de 2000 algarrobos no productivos en Mallorca, y la asociación Amics de la Terra ha organizado campañas para cambiar la percepción sobre la algarroba y aumentar la demanda de productos derivados de ésta. Esta asociación ha organizado degustaciones de pasteles elaborados con harina de algarroba, talleres escolares, y en el marco de la promoción de la soberanía alimentaria local, ha pedido a la administración la financiación de un molino para elaborar harina de algarroba. El boom de la algarroba también ha propiciado la reactivación de la Asociación de Troceadores de Garrofa creada en 1979. Todas estas iniciativas han puesto de manifiesto la contribución de los productos locales a la promoción de la soberanía alimentaria local y al desarrollo del sector primario (Orozco y Núñez 2013; Roy, Hall, y W. Ballantine 2017).

Por otro lado, desde el Gobierno de las Islas Baleares y desde los respectivos Consells Insulars, se han impulsado estrategias para revalorizar la algarroba y los productos elaborados con este alimento, repercutiendo así en el sector privado con una especial atención a las pequeñas cooperativas y a la economía familiar (Cooperatives Agroalimentaries Illes Balears 2022). Destaca el papel de la Consejería de Agricultura de las Islas Baleares que en el año 2021 puso en marcha un plan de reestructuración del sector de frutos secos con el interés de impulsar y aumentar el cultivo de almendros y algarrobos, todo ello con vistas a tomar el cultivo de algarroba como un medio con el que contribuir a la sostenibilidad de los territorios y favorecer la fijación de las personas al medio local (Medina et al. 2021; Roy, Hall, y W. Ballantine 2017). En Ibiza, en los últimos años, el apoyo de las instituciones locales y la participación de empresas privadas ha favorecido la celebración de la Primera Muestra Gastronómica de Productos de Algarroba de Ibiza, el Primer Congreso de la Algarroba, la IX Jornada Técnica del fomento y mejora del cultivo del algarrobo o las Jornadas Gastronómicas de Ibiza en las que cocineros de prestigio nacional e internacional han preparado diferentes platos con algarroba.

Estas tramas han contribuido a redescubrir y revalorizar la algarroba y han puesto de manifiesto cómo la aceptación de un producto depende de la familiaridad de los consumidores con él (Feldman y Wunderlich 2022). En el caso de la algarroba en las Islas Baleares, la participación de los establecimientos de alta gastronomía, la implicación de las instituciones y la colaboración público-privada han contribuido a que este alimento esté incorporándose en el imaginario popular de los consumidores dejando atrás la estigmatización con la que aún hoy es asociado entre las personas de más edad. Prueba del nuevo y creciente interés por la algarroba es su presencia cada vez

más frecuente en la prensa local, en campañas publicitarias o en programas televisivos liderados por reconocidos chefs locales con considerable audiencia en la televisión local. Como veremos a continuación, la introducción de la algarroba en la gastronomía de élite gracias a chefs, cocineros, pasteleros y reposteros de prestigio ha sido determinante para el avance de este proceso de revalorización y para la creación de nuevos significados relacionados con su cultivo y consumo. Esta trayectoria está ligada al creciente interés por la recuperación de la gastronomía tradicional y del producto local como símbolos de lo auténtico y saludable.

3.3. La presencia de la algarroba en la gastronomía de élite en las Islas Baleares

En los últimos años, las campañas de promoción de las Islas Baleares como destino cultural y gastronómico orientadas a la deseada desestacionalización, y el auge del turismo residencial internacional o turismo de segunda residencia, han contribuido a un boom gastronómico que seduce a los locales, a los extranjeros residentes y a los turistas de alto poder adquisitivo. La alta gastronomía y, especialmente, la cocina de autor son un reclamo para el turismo (Solla Falcón 2014; Tikkanen 2007). El denominado boom gastronómico (Del Pozo Arana y Miranda Zúñiga 2022) puede ser descrito como un proceso de promoción de la gastronomía que toma a la gastronomía local como fuente de atracción a la hora de elegir el destino turístico, y que opera como instrumento para conocer al «otro», reconstruyendo así la «identidad local» en torno a una selección gastronómica que se considera representativa de la totalidad del territorio (Ab Karim y Chi 2010; Horng y (Simon) Tsai 2010; Okumus et al. 2013; Ottenbacher y Harrington 2013). En el contexto de las Islas Baleares, el interés por la gastronomía se pone de manifiesto en el protagonismo que ésta y un grupo de chefs locales representantes de la gastronomía de élite de las islas han adquirido en los medios de comunicación locales. Muchos de estos chefs, algunos de ellos con Estrella Michelin, se caracterizan por reivindicar la gastronomía tradicional y el producto local, su objetivo es revalorizarlo y darlo a conocer. Además, la promoción de la gastronomía encuentra su espacio en ferias, rutas gastronómicas, showcookings, jornadas o congresos (Crespi-Vallbona y Richards 2007; Getz 2008) donde la participación de los agentes institucionales resulta fundamental en la coordinación e impulso de estos procesos (Orozco y Núñez 2013).

Ligados al descrito boom gastronómico, se aprecian procesos que conllevan el cambio de estatus de ciertos alimentos, lo que se ha descrito como procesos de gourmetización (Finn 2017; Harris y Phillips 2021). A su vez, las

dinámicas de gourmetización también se han vinculado al desarrollo de programas y medios de comunicación centrados en la cocina, introduciendo alimentos y modos de preparación a audiencias más amplias, y legitimando con ello el uso de ciertas comidas frente a otras (Bentley 1998; Jordan 2008). Por otro lado, también se han producido transformaciones relacionadas con el consumo de alimentos producidos bajo condiciones respetuosas con el medio ambiente y el medio cultural de los productores. Esto ha favorecido la producción de alimentos identificados como «auténticos», «locales», «sostenibles», «artesanales» o «tradicionales», impulsando al mismo tiempo los procesos de patrimonialización orientados a su conservación y explotación comercial (Bérard y Marchenay 2007; Chazoule y Lambert 2011). En el caso de las Islas Baleares, la algarroba es un ejemplo claro de los procesos de gourmetización y de las transformaciones que experimentan algunos alimentos. Considerada comida de animales y pobres, olvidada y estigmatizada, en los últimos años la algarroba está viviendo un proceso de redescubrimiento y revalorización ligado al creciente interés por la recuperación de la gastronomía tradicional y del producto local como símbolos de lo auténtico y saludable.

Hasta hace unos pocos años, la algarroba apenas había tenido presencia en la gastronomía y repostería de élite. Como sostiene Tomeu Arbona, reconocido cocinero y repostero de las Islas Baleares, representante de lo que él denomina arqueología gastronómica —una indagación en recetarios familiares antiguos, en libros descatalogados y en las cocinas de monasterios y casas señoriales—, la algarroba no estaba presente en los platos de las islas:

«No es un alimento que la gente comiese a no ser que fuesen momentos de mucha hambre y no les quedara otro remedio. Nunca, en ningún sitio he encontrado una receta con algarroba. Era para las mulas y los cerdos.»

Su introducción y posterior expansión en los espacios de la alta restauración vino de la mano de la apuesta personal de algunos chefs locales que tenían una vinculación con este alimento desde su infancia. En sus testimonios se observa como el lugar «tradicional» de la algarroba se reinterpreta e imbrica con la naturaleza de los espacios locales y con los relatos de la infancia de los chefs y reposteros:

«Desde pequeño he recogido algarrobas y almendras. (...) Hacía cabañas con mi hermano encima de los algarrobos y masticábamos algarrobas hasta que no tenían sabor y cogíamos otra» (E23)

Iniciativas, como las del chef Benet Vicens que hace tres décadas ya utilizaba el garroñín, la del chef Santi Taura que en su primer restaurante ya ofrecía pan de algarroba, las de la chef Maria Solivellas y su apuesta por la

recuperación de variedades locales, o la del chef Miquel Serra que ha elaborado un menú degustación en el que todos los platos tienen algarroba, son algunos ejemplos del uso gastronómico de la algarroba ligados a su reciente auge. Actualmente, se asiste a un interés de los profesionales más reconocidos de las Islas Baleares por introducir este producto en su oferta gastronómica. Los chefs entrevistados destacan la apuesta por el uso de la algarroba debido a que es un producto local y de proximidad.



Figura 2. 1) Pan de algarroba. Fuente: Chef Santi Taura; 2) Pastel de algarroba. Fuente: Pastelero Lluís Pérez; 3) Fideus bruts. Fuente: Chef Miquel Serra; 4) Ensaimada rellena de crema de algarroba. Horno Ca'n Vicens. Fuente: Cecilia Pedret

«Hace años que estamos apostando por la algarroba. Tengo muchas recetas con algarroba, de hecho, cuando casi nadie la utilizaba hace 10 años o más, nosotros empezamos a hacer un pan de algarroba que era el pan que teníamos en el restaurante Santi Taura de Lloseta» (E23).

«Es un producto que desde que empecé a cocinar ha estado ligado a mí. Utilizo la harina de algarroba, el jarabe de algarroba y estoy intentando

introducir la infusión de algarroba. (...) Elaboramos cremadillos y brownie de algarroba. Hacemos la teja de algarroba. En el restaurante Patio de Gloria, tenemos un postre en el menú degustación y en la carta que se llama Texturas de algarroba y tiene: jarabe de algarrobas, crumble de algarroba, un bizcocho con sifón de algarroba, helado de algarroba y bomboncitos de algarroba». (E24)

La condición local del producto se convierte en un elemento valorizable y que genera un valor añadido en el tejido social y económico en el que se cultiva y recolecta, tal y como sucede en otros lugares (Chen-Tsang 2016; Lehtinen 2012; Ozturk y Akoglu 2020). Asimismo, esta cercanía articula la revalorización de los productos al conferirles una distinción con respecto a la producción y distribución de los mercados globalizados (Björk y Kauppinen-Räisänen 2016; Guadarrama García et al. 2018; Schmitt et al. 2017). Esta asociación entre el espacio de producción y el espacio de consumo contribuye a posicionar a la algarroba como un elemento «propio de la cultura local» (Sims 2009). En palabras de Tomeu Arbona:

«[los clientes] saben que el uso de la algarroba es un valor añadido y que están ayudando a recuperar un alimento, una variedad local, que es un producto de aquí, un producto local».

Como indica también el pastelero Lluís Pérez, estos beneficios se cifran en una reducción de la huella ambiental y en un apoyo a los comercios locales. Ambos testimonios evidencian la contribución de la algarroba a asegurar la producción primaria local mediante el establecimiento de relaciones comerciales coherentes y sostenibles entre chefs, productores y empresas.

Por su parte, el chef estrella Michelin, Santi Taura, busca «lo auténtico» a través de la recuperación y puesta en valor de la cocina tradicional y el producto local. Cuando habla de su trabajo lo describe como «cocinar historia» y propone un sexto sentido que para él son las historias:

«Ahora tenemos en el menú unas sopas mallorquinas de setas, si yo te pongo el plato en la mesa y te digo que son unas sopas de setas y ya está, puedes encontrarlas buenas, pero si yo te digo que la primera referencia de las sopas mallorquinas viene del siglo XIII, sale en el libro Blanquerna de Ramón Llull y que es el plato más reconocido del mundo payés mallorquín... Tú te comes estas sopas como si fuesen un tesoro».

Como hemos podido observar en nuestro trabajo etnográfico, el prestigio de los cocineros se transfiere a los productos que emplean, revalorizándolos. Esta legitimación del producto es más significativa cuando quienes emplean los productos cuentan con un reconocimiento profesional acreditado. En el campo

de la alta gastronomía este reconocimiento se formaliza mediante distinciones, donde la estrella Michelin tal vez sea una de las más reconocidas. En las Islas Baleares hay 11 restaurantes que cuentan con estrellas Michelin (Guía Michelin 2022). En estos establecimientos la algarroba ha ido cobrando protagonismo y ha empezado a formar parte de los menús degustación y de las cartas. Ejemplo de ello es el cochinitillo de cerdo negro confitado en manteca, arropado con mole ahumado de algarroba, garbanzos, polenta, trufa de verano y caldo huitlacoche, del chef Andreu Genestra; los caracoles con zanahoria negra y algarroba especiada, de la chef Maca de Castro; los postres Passeig per la Serra de Tramuntana del chef Santi Taura, y los Mostatxons, el Magnum Béns d'Avall o la Algarrova & Choux del chef Benet Vicens. También ha empezado a ser relevante la presencia de la algarroba en productos de alta pastelería, como la esponja de algarroba con helado de caramelo del pastelero José Lorenzo, el pastel de algarroba del pastelero Lluís Pérez o el postre Cómete Mallorca de la pastelera Ariadna Salvador.

4. CONCLUSIONES

El auge de la demanda y el consumo de productos elaborados con algarroba en las Islas Baleares está acompañado de un proceso de desestigmatización de esta leguminosa en el que confluyen diferentes estrategias y actores que están contribuyendo a que la algarroba transite de ser comida de animales y pobres a ser un alimento gourmet. Recientemente, ha sido introducida en la alta gastronomía de las islas gracias al interés por este alimento de reconocidos chefs y pasteleros que consideran que la algarroba se ajusta a las nuevas tendencias gastronómicas que se interesan por el producto local, sostenible y saludable, y por la recuperación de lo tradicional como sinónimo de autenticidad. Las tensiones, todavía evidentes, entre la percepción que de este alimento tienen los más mayores por su relación con los años de escasez y penurias, y los nuevos valores que le atribuyen los jóvenes que acercan a la algarroba a la concepción de superalimento, se están difuminando. El proceso de gourmetización en el que está inmersa la algarroba le está otorgando nuevos usos y valores que le permitirán ir más allá de ser un alimento de moda. Serán necesarios estudios y trabajos etnográficos que, desde una perspectiva social y cultural, permitan observar y analizar el nuevo estatus que está adquiriendo este alimento y su posible consolidación como un ingrediente más de la gastronomía de las islas reforzando su presencia como símbolo de lo tradicional y auténtico.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ab Karim, Shahrin, and Christina Geng Qing Chi. 2010. "Culinary Tourism as a Destination Attraction: An Empirical Examination of Destinations' Food Image." *Journal of Hospitality Marketing and Management* 19 (6): 531–55. <https://doi.org/10.1080/19368623.2010.493064>.
- Aguilera Peña, Roberto. 2014. "Algarrobo Tropical (*Prosopis Pallida*) Recurso Biológico Estratégico Para La Sostenibilidad Del Bosque Tropical Seco Caso: Comunas Provincia de Santa Elena - Ecuador." *Desarrollo Local Sostenible* 7 (20): 15.
- Amengual Vicens, Carles. 2017. *L'hort de Les Rondalles Mallorquines*. Palma de Mallorca: Edicions Documenta Balear.
- Assmann, Jan. 1997. *La Memoria Culturale. Struttura, Ricordo e Identità Politice Nelle Grandi Civiltà Antiche*. Torino: Einaudi.
- Bentley, Amy. 1998. "From Culinary Other to Mainstream American: Meanings and Uses of Southwestern Cuisine." *Southern Folklore* 55 (3): 238252.
- Bérard, Laurence, and Philippe Marchenay. 2007. "Localized Products in France: Definition, Protection and Value-Adding." *Anthropology of Food*, no. S2: 1–10. <https://doi.org/10.4000/aof.415>.
- Björk, Peter, and Hannele Kauppinen-Räisänen. 2016. "Local Food: A Source for Destination Attraction." *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 28 (1): 177–94.
- Blanco Pérez, Manuel, and Isaac López Redondo. 2021. "El Boom Del Sector Gastronómico Desde Lo Institucional y El Periodismo Especializado : El Caso de El Comidista (El País)." In *Periodismo y Comunicación Institucional*, edited by José Álvarez Marcos and Sandra Méndez Muros, 57–80. Madrid: Fragua.
- Cairati, Elisa. 2013. "Historia Cultural Del Algarrobo, Desde La Cuenca Del Mediterráneo Hasta La Costa Norte de Perú." *Altre Modernità*, no. 10: 186–204.
- Cardona Torres, Susana. 2016. *Ametlles, Figes i Garroves*. Can Ros: Museu Etnogràfic d'Eivissa.
- Chazoule, Carole, and Rémy Lambert. 2011. "Ancrage Territorial et Formes de Valorisation Des Productions Localisées Au Québec." *Économie Rurale*, no. 322: 11–23. <https://doi.org/10.4000/economierurale.2965>.
- Chen-Tsang, Tsai. 2016. "Memorable Tourist Experiences and Place Attachment When Consuming Local Food." *International Journal of Tourism Research* 18 (6): 536–48. <https://doi.org/10.1002/jtr.2070>.
- Conde-Caballero, David, Borja Rivero-Jimenez, and Lorenzo Mariano-Juarez. 2021. "Memories of Hunger, Continuities, and Food Choices: An Ethnography of the Elderly in Extremadura (Spain)." *Appetite* 164 (December 2020): 105267. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2021.105267>.

- Cooperatives Agroalimentaries Illes Balears. 2022. "El Govern Apoya a Un Proyecto Estratégico Para Aprovechar y Revalorizar La Pulpa de La Algarroba Que Podría Beneficiar a Más de 1.000 Familias En Mallorca." 2022.
<https://www.agroalimentaries.es/es/el-govern-apoya-a-un-proyecto-estrategico-para-aprovechar-y-revalorizar-la-pulpa-de-la-algarroba-que-podria-beneficiar-a-mas-de-1-000-familias-en-mallorca/>.
- Corbetta, Piergiorgio. 2007. *Metodología y Técnicas de Investigación Social*. Madrid: McGraw-Hill Interamericana de España.
- Crespi-Vallbona, Montserrat, and Greg Richards. 2007. "The Meaning of Cultural Festivals: Stakeholder Perspectives in Catalunya." *International Journal of Cultural Policy* 13 (1): 103–22. <https://doi.org/10.1080/10286630701201830>.
- Delgado, Mariel. 2022. "Los Ladrones Ponen El Ojo En El Nuevo 'Oro Negro' Del Campo: Recuperadas 114 Toneladas de Algarrobas Robadas," 2022.
<https://elpais.com/espana/2022-12-09/los-ladrones-ponen-el-ojo-en-el-nuevo-oro-negro-del-campo-recuperadas-114-toneladas-de-algarrobas-robadas.html>.
- Díaz de Rada, Ángel. 2019. *El Taller Del Etnógrafo. Materiales y Herramientas de Investigación En Etonografía*. Madrid: UNED.
- Duhart, Frédéric. 2015. "El Foie Gras de Pato, Un Caso de Confrontación Biocultura." In *Antropología de La Alimentación*, edited by Ricardo Ávila, Marcelo Álvarez, and F Xavier Medina, 279–93. Guadalajara: Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades.
- Espeitx Bernat, Elena. 2004. "Patrimonio Alimentario y Turismo: Una Relación Singular." *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* 2 (2): 193–213. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2004.02.016>.
- Fàbrega i Colom, Jaume. 2016. "Introducció." In *La Pastisseria i La Cuina de La Garrofa*, edited by Fundació Alicia. Onada.
- Feldman, Charles H., and Shahla Wunderlich. 2022. "Cultural Food Distancing: A Conceptual Discourse on the Evolution of Seminal to Present and Future Models of Traditional Food Practices." *British Food Journal*, no. June. <https://doi.org/10.1108/BFJ-12-2021-1337>.
- Finn, Margot. 2017. *Discriminating Taste: How Class Anxiety Created the American Food Revolution*. New Brunswick: Rutgers University Press.
- Frau, Joan. 2022. "El Sector Agrícola Denuncia El Aumento Del Comercio Fraudulento de Algarrobas Robadas." *Diario de Mallorca*, 2022.
<https://www.diariodemallorca.es/part-forana/2022/09/15/sector-agricola-denuncia-aumento-comercio-75431509.html#:~:text=La subida progresiva del precio,a un precio mucho más>.
- Fuchs, Liliana. 2020. "Qué Es La Algarroba, Propiedades y Uso En La Cocina Del Alimento de Moda." *Directo Al Paladar*, June 2020.
<https://www.directoalpaladar.com/ingredientes-y-alimentos/que-algarroba-propiedades-uso-cocina-alimento-moda>.

- Garine, Igor de. 2022. "Antropología de La Alimentación y Autenticidad Cultural." In *Somos Lo Que Comemos : Estudios de Alimentación y Cultura En España*, edited by Mabel Gracia Arnáiz, 9–14. Barcelona: Ariel.
- Garrido, Carlos. 2006. *Mallorca Mágica*. Barcelona: José J. de Olañeta, Editor.
- Getz, Donald. 2008. "Event Tourism: Definition, Evolution, and Research." *Tourism Management* 29 (3): 403–28. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.07.017>.
- Geyzen, Anneke. 2014. "Food Studies and the Heritage Turn: A Conceptual Repertoire ." *Food and History* 12 (2): 67–96. <https://doi.org/10.1484/j.food.5.108963>.
- Gioxari, Aristeia, Charalampia Amerikanou, Irini Nestoridi, Eleni Gourgari, Harris Pratsinis, Nick Kalogeropoulos, Nikolaos K. Andrikopoulos, and Andriana C. Kaliora. 2022. "Carob: A Sustainable Opportunity for Metabolic Health." *Foods* 11 (14). <https://doi.org/10.3390/foods11142154>.
- Govern de les Illes Balears. 2020. "Plan de Reestructuración Del Sector de Los Frutos Secos 2021-2027." Palma de Mallorca.
- . 2021. "Agricultura Disseny Un Protocol d'actuació per Prevenir Robatoris En La Campanya de La Garrova." Govern i Administració Autònoma. 2021. <https://www.caib.es/govern/sac/fitxa.do?codi=4819614&lang=ca&coduo=1>.
- Guadarrama García, Luis, Yanelli Daniela Palmas Castrejón, Francisco Herrera Tapia, and Humberto Thomé Ortiz. 2018. "¿Puede El Turismo Ayudar a La Valorización Del Dulce Típico de Leche En Toluca, Estado de México? Análisis Por Medio de La Cadena de Valor." *Turismo y Sociedad* 24: 161–79. <https://doi.org/10.18601/01207555.n24.08>.
- Guía Michelin. 2022. "Islas Baleares. Distinción: 1 y 2 Estrellas Michelin." 2022. <https://guide.michelin.com/es/es/islas-baleares/restaurantes/1-estrella-michelin/2-estrellas-michelin>.
- Guía Repsol. 2022. "Islas Baleares. Gastro. Distinción: 1,2 y 3 Soles." 2022. [https://www.guiarepsol.com/es/buscador/#q=Islas Baleares&sort=relevancy](https://www.guiarepsol.com/es/buscador/#q=Islas+Baleares&sort=relevancy).
- Habsburgo-Lorena, Luis Salvador. 2012. *Las Baleares (Die Balearen)*. Palma de Mallorca: J. de Olañeta Editor.
- Hammersley, Martyn, and Paul Atkinson. 1994. *Etnografía. Métodos de Investigación*. Barcelona: Paidós.
- Harris, Deborah A., and Rachel Phillips. 2021. "What's Better than a Biscuit?: Gourmetization and the Transformation of a Southern Food Staple." *Food and Foodways* 29 (3): 243–63. <https://doi.org/10.1080/07409710.2021.1943614>.
- Hjalager, Anne-Mette, and Greg Richards. 2011. *Tourism and Gastronomy*. London: Routledge.
- Hong, Jeou Shyan, and Chen Tsang (Simon) Tsai. 2010. "Government Websites for Promoting East Asian Culinary Tourism: A Cross-National Analysis." *Tourism Management* 31 (1): 74–85. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.01.009>.

- Jiménez, Javier. 2020. "La Guardia Civil Vigila El 'Oro Negro' Mallorquín." *Última Hora*, September 6, 2020. <https://www.ultimahora.es/sucesos/ultimas/2020/09/06/1194465/algarrobas-guardia-civil-vigila-oro-negro-mallorquin.html>.
- Jordan, Jennifer A. 2008. "Elevating the Lowly Dumpling: From Peasant Kitchens to Press Conferences." *Ethnology* 47 (109–121).
- Kilburn, Nicole. 2018. "Culinary Tourism, the Newest Crop in Southern Italy's Farms and Pastures: Breeding the Bitterness out of This Promising New Economy." *Anthropology of Food* 13. <https://doi.org/https://doi.org/10.4000/aof.8384>.
- Lehtinen, Ulla. 2012. "Sustainability and Local Food Procurement: A Case Study of Finnish Public Catering." *British Food Journal* 114 (8): 1053–71. <https://doi.org/10.1108/00070701211252048>.
- López-Sánchez, José Ignacio, Diego A. Moreno, and Cristina García-Viguera. 2021. "Correction: D-Pinitol, a Highly Valuable Product from Carob Pods: Healthpromoting Effects and Metabolic Pathways of This Natural Super-Food Ingredient and Its Derivatives." *AIMS Agriculture and Food* 6 (2): 752–53. <https://doi.org/10.3934/AGRFOOD.2021044>.
- Mariano Juárez, Lorenzo, and David Conde Caballero. 2023. *Las Recetas Del Hambre. La Comida de Los Años de Posguerra*. Barcelona: Crítica.
- Medina, F. Xavier, and Alicia Aguilar. 2022. "¿Hacia Sistemas Alimentarios Sostenibles En Contextos Culturalmente Coherentes?: Debates En Torno a La Cultura, La Sostenibilidad y La Dieta Mediterránea." In *Gastronomía, Cultura y Sostenibilidad. Etnografías Contemporáneas*, edited by David Conde, Lorenzo Mariano, and F. Xavier Medina. Barcelona: Icaria.
- Medina, F. Xavier, Lorenzo Mariano, David Conde, and Alicia Aguilar, eds. 2021. *Consumo Alimentario y Sostenibilidad*. Barcelona: MRA Ediciones.
- Méndez, Daniel. 2023. "El Nuevo Superalimento de Moda." *La Voz de Galicia*, February 20, 2023. <https://www.lavozdegalicia.es/xlsemanal/a-fondo/algarroba-superalimento-moda-gastronomia-beneficios.html>.
- Milek Dos Santos, Luciana, Lindamir Tomzack Tulio, Leticia Fuganti Campos, Marcelo Ramos Dorneles, and Cláudia Carneiro Hecke Krüger. 2015. "Res Puesta Glucémica de Algarrobo (Ceratonia Siliqua L) En Sujetos Sanos y Con El Índice de Hidrólisis in Vitro." *Nutrición Hospitalaria* 31 (1): 482–87. <https://doi.org/10.3305/nh.2015.31.1.8011>.
- Noguer-Juncà, Ester, Montserrat Crespi-Vallbona, and Francesc Fusté-Forné. 2021. "Sociocultural and Gastronomic Revaluation of Local Products: Trumfa in the Vall de Camprodon (Catalonia, Spain)." *International Journal of Gastronomy and Food Science* 26. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2021.100425>.
- Okumus, Fevzi, Gerald Kock, Michael M.G. Scantlebury, and Bendegul Okumus. 2013. "Using Local Cuisines When Promoting Small Caribbean Island Destinations." *Journal of Travel and Tourism Marketing* 30 (4): 410–29. <https://doi.org/10.1080/10548408.2013.784161>.

- Orozco, Javier, and Patricia Núñez. 2013. "Las Teorías Del Desarrollo En El Analisis Sustentable." *Intersedes: Revista de Las Sedes Regionales* 14 (27): 144–67. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=66627452008>.
- Ottenbacher, Michael C., and Robert J. Harrington. 2013. "A Case Study of a Culinary Tourism Campaign in Germany: Implications for Strategy Making and Successful Implementation." *Journal of Hospitality and Tourism Research* 37 (1): 3–28. <https://doi.org/10.1177/1096348011413593>.
- Ozturk, Sinem Bilgin, and Aylin Akoglu. 2020. "Assessment of Local Food Use in the Context of Sustainable Food: A Research in Food and Beverage Enterprises in Izmir, Turkey." *International Journal of Gastronomy and Food Science* 20 (December 2019): 100194. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2020.100194>.
- Pallás, E., and C. Salvador. 2022. "El Elevado Precio de La Algarroba Ha Multiplicado Los Robos." RTVE: Noticias » España » Comunidad Valenciana » Valencia. 2022. <https://www.rtve.es/noticias/20220916/elevado-precio-algarroba-multiplicado-robos/2402440.shtml>.
- Pedret Massanet, Cecilia, Luis López-Lago Ortiz, and Diego Allen-Perkins. 2023. "From Stigma to Haute Cuisine : Strategies , Agents , and Discourses in the Revalorisation of Carob as a Gourmet Product." *International Journal of Gastronomy and Food Science* 31 (February): 100677. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2023.100677>.
- Peinazo, Zahira. 2020. "La Algarroba, El Oro Del Siglo XXI." *Huelva Ya*, September 21, 2020. <https://huelvaya.es/2020/09/21/la-algarroba-el-oro-del-siglo-xxi/>.
- Pérez Serrano, Gloria. 1994. *Investigación Cualitativa. Retos e Interrogantes. Tomo I: Métodos*. Madrid: Editorial La Muralla.
- Peris, Xavier. 2022. "Equipo Roca de La Guardia Civil: Los Vigilantes Del Campo Mallorquín." *Diario de Mallorca*, April 17, 2022. <https://www.diariodemallorca.es/sucesos/sucesos-mallorca/2022/04/17/equipo-roca-guardia-civil-vigilantes-65067679.html>.
- Pich Esteve, Marcel. 2019. *Les Neofestes a Mallorca. Gimcanes, Senyere, Déus Pagans i Mobyettes*. Palma de Mallorca: Editorial Leonard Muntaner.
- Piqueras, Álvaro. 2019. "Algarroba: El Nuevo Superalimento Con 6 Beneficios Clave Para La Salud." *As*, April 5, 2019. https://as.com/deporteyvida/2019/04/05/portada/1554452082_149313.html.
- Pozo Arana, Carlos Del, and Ezequiel Miranda Zúñiga. 2022. "How to Define Gastronomic Identity from Cultural Studies: The Peruvian Case." *International Journal of Gastronomy and Food Science* 27 (100476). <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2022.100476>.
- Roy, Hiran, C. Michael Hall, and Paul W. Ballantine. 2017. "Trust in Local Food Networks: The Role of Trust among Tourism Stakeholders and Their Impacts in Purchasing Decisions." *Journal of Destination Marketing and Management* 6 (4): 309–17. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.07.002>.

- Schmitt, Emilia, Francesca Galli, Davide Menozzi, Damian Maye, Jean Marc Touzard, Andrea Maescotti, Johan Six, and Gianluca Brunori. 2017. "Comparing the Sustainability of Local and Global Food Products in Europe." *Journal of Cleaner Production* 165: 346–59. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.07.039>.
- Sims, Rebecca. 2009. "Food, Place and Authenticity: Local Food and the Sustainable Tourism Experience." *Journal of Sustainable Tourism* 17 (3): 321–36. <https://doi.org/10.1080/09669580802359293>.
- Solla Falcón, Cecilia. 2014. "El Papel Del Las Estrellas Michelin En El Turismo Gastronómico Español. Análisis de La Guía Michelin y Comportamiento Del Turista." Universidad de Oviedo.
- Tikkanen, Irma. 2007. "Maslow's Hierarchy and Food Tourism in Finland: Five Cases." *British Food Journal* 109 (9): 721–34.
- Toledo, Víctor M., and Narciso Barrera-Bassols. 2008. *La Memoria Biocultural. La Importancia Ecológica de Las Sabidurías Tradicionales*. Barcelona: Icaria.
- Tur Marí, Josep A. 2021. *Història de La Cuina i l'alimentació a Les Illes Balears*. Pollença: El Gall Editor.
- Vázquez, Cristina. 2022. "La Algarroba, El Nuevo Azafrán: De Pienso Para El Ganado a Superalimento Que Ha Multiplicado Por Cinco Su Valor." *El País*, September 14, 2022. <https://elpais.com/espana/comunidad-valenciana/2022-09-14/la-algarroba-el-nuevo-azafran-de-pienso-para-el-ganado-a-superalimento-que-ha-multiplicado-por-cinco-su-valor.html>.
- Winer, Nicholas. 1980. "The Potential of the Carob (Cera Tonia Siliqua)." *International Tree Crops Journal* 1 (1): 15–26. <https://doi.org/10.1080/01435698.1980.9752711>.

