

Nuevas formas y espacios de vivir el pan. Una descripción etnográfica del 'buen pan' del siglo XXI

New forms and spaces of living bread.

An ethnographic description of the 21st century 'good bread'

Daniel MARTÍNEZ PÉREZ

Universidad Nacional de Educación a Distancia, España

dmartinez1015@alumno.uned.es

BIBLID [ISSN 2174-6753, Vol.23(1): a2307]

Artículo ubicado en: encrucijadas.org

Fecha de recepción: 1 de agosto de 2022 || Fecha de aceptación: 14 de mayo de 2023

Resumen

Durante toda la historia del pan, hasta bien entrado el siglo XX, éste ha estado presente en buena medida en la vida de las personas. No es hasta el último tercio de siglo pasado cuando parece que empieza a perder el poder simbólico que ha tenido. Desde hace una década el pan de masa madre ha venido a ocupar esa centralidad gracias a la creación de nuevos espacios en las ciudades donde su producción ha recuperado lo artesanal creando una gran diversidad de panes con nuevos y ricos significados simbólicos. En este trabajo se estudian dos obradores de masa madre de Madrid con el fin de encontrar estos significados, así como la importancia que tienen los espacios públicos y privados de producción y consumo prestando atención a los actores que entran en juego: panaderos que lo producen con sus manos a la vista de las personas que compran y consumen el pan en sus casas.

Palabras clave: pan de masa madre, alimentación sostenible, nostalgia, representaciones, resignificación del pan.

Abstract

Throughout the history of bread, until well into the 20th century, it has been a significant part of people's lives. It is not until the last third of the past century when it seems to begin to lose the symbolic power it has had. For the past decade, sourdough bread has come to occupy that centrality thanks to the creation of new spaces in cities where its production has recovered the artisanal, creating a great diversity of breads with new and rich symbolic meanings. This work studies two sourdough workshops in Madrid in order to find these meanings, as well as the importance of public and private spaces of production and consumption, paying attention to the actors involved: bakers who produce it with their hands visible to the people who buy and consume the bread in their homes.

Keywords: sourdough bread, sustainable food, nostalgia, representations, resignification of bread.

Destacados

- Los obradores de pan de masa madre han situado cerca de las casas el pan de nuevo gracias a colocarlo a la vista de las personas
- Se puede hablar por primera vez en la historia de panes de autor frente al pan como sujeto colectivo.
- Los/as nuevos/as panaderos/as realizan su oficio desde un romanticismo que se vincula necesariamente con los procesos creativos y con la "magia" que lo aleja de sentidos utilitaristas.
- El sentimiento de nostalgia que despierta el pan como depositario de valores que se encuentran en la infancia configura las formas de consumo en torno a alimentos saludables y sostenibles, tanto económica (comercios de cercanía) como medioambientalmente (productos ecológicos).

Cómo citar

Martínez-Pérez, Daniel (2023). Nuevas formas y espacios de vivir el pan. Una descripción etnográfica del 'buen pan' del siglo XXI. *Encrucijadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales*, 23(1), a2307.

1. Introducción

Recuerdo una de las primeras conversaciones que tuve con Antonio, dueño del Obrador San Francisco (OSF) en Madrid, en la cual me demostró con muy poco la realidad de un sector que “está muy de moda”. Me dijo:

Somos los que somos, un número muy pequeño de obradores que entiende el pan de otro modo. Pero, tenemos una limitación y no podemos crecer más. Llegamos a los que los que llegamos. Podemos hacer el pan que hacemos, no podemos producir más. Siempre haremos pan para una parte muy pequeña de la población.

La conversación que tuve con él me acompañó en cada momento de mi trabajo de campo desde entonces: en esos momentos en los que hacía observación directa sobre la venta del pan y muchos clientes lo elogiaban como “el mejor pan de Madrid” o como ese pan que les recordaba a “un pan de pueblo” o “como el pan que comía cuando era niño”; o durante la entrevista con Noemí, una ferviente consumidora de este tipo de pan que pasó de comer tostas de arroz “porque el pan ya no es lo que era” a comer pan de masa madre porque “fue como un shock cuando pasé por la puerta de Panic y me llegó ese aroma a pan de verdad”.

Siendo un pan tan “minoritario”, en palabras de Antonio, es un pan que parece haber servido para que muchas personas que dejaron de consumirlo, o que lo comían como un complemento de forma muy ocasional, lo hayan vuelto a reintroducir en su dieta con una gran importancia y centralidad.

Esta centralidad ha sido analizada desde una multitud de miradas desde diferentes campos de las ciencias sociales y las humanidades, lo cual aporta el marco en el que poder fijar la mirada a la hora de analizar los posibles cambios que en su producción y consumo. Es de interés mencionar el trabajo de Velasco (1990) sobre diferentes textos de la tradición oral castellana, como refranes o cuentos y leyendas, con los que demuestra la fuerza constituyente del pan en la cultura española y la influencia que ha tenido en la división sexual del trabajo, la vida doméstica de las mujeres y las relaciones públicas entre las personas. Una fuerza incorporada por Mandianes (1990) en su análisis de los ritos de paso de vida de los habitantes de la Galicia rural.

El pan ha sido definido como uno de los alimentos centrales de nuestra cultura y a su vez tienen un alto valor energético. En otros contextos, este espacio, lo ocupan alimentos como el arroz en Asia, el maíz en Latinoamérica, el sorgo rojo en Camerún, etc. (De Garine, 1998). Así, es un alimento que destaca en relación por la complejidad de sus “manifestaciones más estrictamente materiales como a las simbólicas” (Contreras, 2002: 1).

En la historia se encuentran los gustos por el pan del pasado, y también de los cambios de estos desde el último cuarto del siglo pasado y cómo el pan de masa madre ha venido a ocupar un nuevo espacio con renovados intereses por su producción y consu-

mo. La finalidad de esta investigación es dotar de sentido los motivos de estos cambios y de cómo la centralidad, no solo simbólica, vuelve a ser central en la mesa y en el plato (Fotografía 1 en Anexo I).

Las referencias a la historia del pan, y de su pasado son inevitables debido a la alta carga de significados simbólicos y materiales. Ha sido alimento, pero también elemento con el que conquistar el poder político (Kropotkin [1892] 2008), receptáculo de inmaterialidad mucho más importante que su propia historia y que está unido a la propia historia de la humanidad (Matvejević, 2013), o como destaca Ronchi:

Si algo tengo de cristiano, ese algo está en el pan que se hace pan de vida, un pan que alimenta el cuerpo y algo más que el cuerpo: un pan que responde a las necesidades más esenciales del hombre, que hace del hombre lo que es, que explica su presencia en el mundo y el papel que le ha tocado desempeñar en él. El pan ha estado unido a mitos, como hemos visto previamente, y también a la religión. La petición que se hace en el padre nuestro lleva aparejada la idea de materialidad y espíritu a través del pan y se configura como un alimento que es símbolo del alimento humano: "Danos, Señor, el pan, la vida y la alegría" (Ronchi, 2005: 85).

En las siguientes páginas se reflejará el esfuerzo de un conjunto de personas, que representan a un colectivo pequeño, por llevar adelante el proyecto de transformar el pan. ¿Puede ser un pan nostálgico? Depende de a quién se pregunte puede contener significados de ser un pan de otra época, pero también puede ser un pan totalmente nuevo. Como dice la antropóloga francesa Mouette Barboff, "si uno estudia cómo se recogían y almacenaban los cereales, y cómo se molían, llega a la conclusión de que no" (Yarza, 2016: 37), que el pan de antes no era mejor. Es un nuevo pan, nacido de nuevas manos y, tal vez, consumido por personas que necesitan volver a dar sentido a un pan que, probablemente, existía más en el colectivo imaginario que en la realidad. Así, el artículo está dividido en cuatro partes más las conclusiones.

En primer lugar, partiendo de un breve recorrido por la historia del pan, señalaré los obradores como un espacio que se presenta en la investigación como un producto en transformación (Lefebvre, [1972] 2013). Los obradores como lugares donde nace el pan desde que es pensado hasta que es elaborado, y donde se rompen las barreras arquitectónicas entre productores y consumidores gracias al sentido de la vista.

En segundo lugar, los panaderos/as que ejercen una renovada antigua profesión. Se arrojará luz sobre cómo se puede hablar del pan de autor, tal vez, por primera vez en la historia al incorporar al pan el saber y la personalidad de estos. Se centrará la mirada en los motivos de elección de esta profesión y los significados de lo que supone realizar un trabajo de esfuerzo y sacrificio.

En la tercera, me centraré en el otro lado, en el lado del consumo del pan. Para ello me serviré principalmente del testimonio de Noemí, de su relato de cómo vive y siente el pan, de cómo este se ha ido transformando a lo largo de su vida para llegar a ver dónde se sitúa, en la actualidad, en su mesa y sus platos.

Finalmente, en la cuarta parte haré una síntesis y conjugaré tanto lo que el panadero quiere hacer con sus manos, su intención, junto con lo que las personas sienten que debe ser un “pan de verdad” en la actualidad a través de cuatro valores, que tienen que ver con aspectos en los que convergen sentimientos y emociones que concentran el interés por el pan hoy en día: lo sensorial, lo nutricional, lo saludable y lo sostenible.

2. Metodología: entre lo material y lo simbólico

En la investigación se ha empleado una metodología cualitativa practicada desde un enfoque material y simbólico con una importante presencia de la perspectiva histórica en la construcción de la importancia del pan en la cultura de las grandes civilizaciones. La técnica principal de investigación ha sido la etnografía con trabajo de campo con observación desde diferentes posiciones. En primer lugar, la observación participante en dos obradores de pan de masa madre de la Comunidad de Madrid. El primero, fue el “Obrador San Francisco” (OSF), situado en el distrito Centro, en Madrid capital; el segundo, “Brulèe, panadería y bollería artesana”, en la localidad de Colmenar Viejo. La observación participante, que duró dos meses en total (marzo y abril de 2022), se realizó trabajando como panadero con la intención de estudiar las diferentes fases del proceso de elaboración del pan de masa madre. En segundo lugar, se realizó observación directa sobre el propio proceso de venta y compra del pan en las zonas de tienda de ambos obradores. Por último, para acercarme a los momentos del consumo del pan, se abordó la realización de una entrevista de fotoelicitación con una cliente del OSF con el objetivo de analizar los valores que le da al mismo y el lugar que ocupa en la mesa y en su alimentación. El objetivo principal ha sido identificar las características que debe tener un ‘buen pan’ hoy en día para definir las desde el ámbito etnográfico social y cultural de la Antropología para poder responder a la pregunta de, ¿qué es lo que hace a un pan ser ‘bueno’ en el siglo XXI?

Además de realizar los registros de innumerables conversaciones en ambos obradores con los y las panaderos y panaderas que allí trabajan, tomar más de 250 fotografías propias y vídeos por su gran valor documental y de registro visual de notas (Orbitg Canal, 2014), he realizado tres entrevistas de fotoelicitación como técnica de investigación que sirve de pegamento instrumental de lo simbólico en lo material. Es inevitable pensar la gran capacidad de agencia que tiene la fotografía sobre el mundo del pan, y sobre el mundo culinario en general (Mariano Juárez, Medina, & López García, 2017). En total, se incluyen los datos de cuatro entrevistas, una entrevista semi-estructurada a Antonio (45 años), dueño de OSF, y las tres de fotoelicitación: a Iratxe (42 años), panadera de OSF, y María (38 años), panadera de Brulèe. Y la tercera a Noemí (42 años) como consumidora de pan de masa madre. Todas las personas panaderas entrevistadas son tituladas universitarias que un buen día decidieron cam-

biar sus profesiones, algo sobre lo que volveré posteriormente. En las entrevistas he tenido en cuenta sus posiciones como panaderas o dueños de obrador y/o consumidores de pan. Me he centrado, en sus historias personales y sociales en torno a los contextos de vida en los que el pan está presente. La observación de los dos diferentes escenarios de producción y distribución del pan ha permitido realizar una comparación temporal y geográfica, así como situarlo en el marco de lo cotidiano y conocer al detalle algunas de sus experiencias vividas en torno al pan.

Para las entrevistas de fotoelicitación me he basado en las investigaciones que han realizado Pink (2007) y Harper (1986, 2010), teniendo en cuenta que las fotografías tienen:

- Su propia agencia, que pueden reflejar la realidad material que capturan, pero también se puede analizar una reinterpretación de esa realidad en contextos específicos.
- Efectos sociales de lo visual sobre las relaciones sociales que he establecido como investigador, para las personas investigadas y el objeto y objetivo de estudio.

Por último, aunque sea de forma breve, es importante señalar como investigador mi posición de partida. No puedo dejar de lado, que la motivación principal de investigación nace de un interés personal por del "pan de masa madre", el cual elaboro de forma "casera" desde hace algo más de diez años, y que incluso antes de acercarme a la Antropología, trabajé durante un periodo de tiempo muy corto en uno de los primeros obradores artesanos que hubo en Madrid, El Horno de Babette. Esta posición de partida es importante porque me ha servido para profundizar en varios aspectos metodológicos desde una posición ética.

Mi experiencia previa o mi gusto personal por un pan o por otro no debía influir a la hora de realizar el trabajo de campo ni el análisis de datos. Incluso, en ocasiones me preguntaban qué pan me gustaba más o qué me parecía, algo que afecta directamente al quehacer antropológico. En ese sentido, he practicado una etnografía con la que intentar responder lo que la gente dice que hace, haciendo con ellos lo que hacen, además de analizar a través esas vivencias, y con el trabajo teórico previo con el que llegamos al campo para obtener una posición final. Así, mi posición ha sido la de realizar una triangulación de todos los datos obtenidos en un análisis intersubjetivo (Díaz de Rada y Velasco, 2004).

Por otro lado, he intentado aplicar un tipo de relativismo que diferencia entre la posición ideológica y la metodológica. Como tesis ideológica se ven las culturas como configuraciones únicas y por lo tanto no se podría llegar a comprender si se mantiene una posición relativista extrema. Como método se trata el estudio de las culturas intentando dejar fuera nuestras propias percepciones culturales. He adoptado este tipo de re-

lativismo porque de lo contrario solo estaría realizando una simple descripción de mis observaciones durante el campo (Kaplan y Maners, 2012). De este modo, los dos obradores se descubren en este trabajo como dos culturas diferenciadas en su esencia, en su manera de entender y hacer el pan. Aunque, ya va siendo hora de hablar de pan realizando un breve recorrido histórico del pan hasta llegar a los obradores donde se produce el “pan de masa madre”.

3. Obradores de pan

Sería imposible buscar respuestas a las preguntas de partida sobre el poder simbólico del pan como elemento central en nuestra sociedad si no tenemos en cuenta que el pan es producto de cultura y que después de más de seis mil años de historia se encuentra muy alejado de lo que se podría considerar como un producto de la naturaleza. Y es que en la elaboración del pan entran en juego toda una serie de “transformaciones o peldaños culturales” (García, 2016: 44) desde lo meramente natural, crudo o salvaje hasta el elemento transformado y cocinado que supone el pan. Algo, sobre lo que Lévi-Strauss ([1964] 2006, [1963] 2003) trató ya sobre lo que supone el hecho de cocinar, siendo algo constitutivo solo de los seres humanos y materia de diferencia fundamental con respecto a los animales.

Este proceso, culturalmente muy complejo que incluye desde el desarrollo de conocimientos de agricultura hasta el control de los tiempos de fermentación y la capacidad sobre el fuego, se inició hace unos 9.000 años con el origen de una ‘protoagricultura’ neolítica que se establecería en las ciudades de “Jericó, Qala’ at Jarno y las cuevas de Belt y Hotu” (Sastre Zarzuela y Rollán Méndez, 2006: 73). Este tipo de agricultura logró algo esencial, conseguir un tipo de trigo domesticado que satisfacía nuestros deseos al darnos mejores semillas. Fue el *Triticum monococcum* que no llegaría a la Península Ibérica hasta el 500 a.C. (Erice, 2017).

Las raíces del pan beben de muchos orígenes culturales distintos. En la civilización egipcia se encuentra el origen del pan fermentado. Algo que les diferenció notablemente del resto de pueblos, incluidos los romanos. Plinio, diría que “durante un tiempo evidentemente largo, los romanos vivieron de potaje, no de pan” (Jacob, 2020: 61). Los griegos, grandes beneficiados de su contacto con los egipcios, tuvieron que luchar contra unos suelos poco fértiles para el trigo, mejorando la molienda egipcia, y llegando a tener más de setenta tipos de pan diferentes, entre los que se encontraban el ‘zume’, con levadura, y el ‘ázimo’, sin ella. La levadura, su “masa madre”, se trabajaba en una masa que mezclaba salvado de trigo y mosto de uva blanca que se dejaba fermentar tres días (Tejera Osuna, 1993). Aunque, su gran aporte fue la producción de grandes mitos que ayudarían en el futuro a que se reprodujesen conductas y formas de interiorizar un gran valor por el pan. Como por ejemplo, el mito de Perséfone

y su madre la Diosa del pan, Deméter, quien poseía un templo en la ciudad de Eleusis. Mito éste, con renacimiento incluido de Perséfone, que haría que pensadores siglos después encontrasen paralelismos con el renacimiento de Jesucristo (Jacob, 2020).

Una forma de latifundio del cultivo del trigo llegaría a la península ibérica gracias a los romanos. Y aunque en Roma se tardó en conocer el arte de cocer el pan, una vez aprendido, profundizaron en los aditivos del pan como la miel, el arroz, las semillas, etc. Las primeras tahonas, romanas, sirvieron a un reconocimiento social de los tahoneros a nivel de derecho laboral romano, y hasta para otorgar el derecho a cargo político si su pan era de muy buena calidad (Jacob, 2020).

La panadería contemporánea se ha visto muy influenciada por el sistema capitalista derivado de la revolución industrial. Grandes migraciones rurales a los centros urbanos e industriales condicionaron la producción de pan junto con el desarrollo de las clases sociales: un proletariado que dependía de un salario bajo hizo que el precio del pan fuese el factor principal a la hora de su consumo. La industria contemporánea y la búsqueda eficiente y eficaz del coste/beneficio se verá reforzada por la aparición de grandes panificadoras industriales, en el último tercio del siglo XX, en detrimento del trabajo artesano en pequeños panaderos. Las grandes panificadoras, también en declive hoy en día, debido a la aparición del "canal franquicia, que convive con el ya conocido del supermercado" (Barriga, 2016: 16), supusieron un cambio que respondía a la necesidad de cubrir el gran consumo que se realizaba en las grandes urbes bajo nuevas medidas higiénicas. Discursos de origen científico e higienista en la búsqueda de un control de calidad mayor en la producción están en el centro de la revolución industrial en todo el sector: desde el cereal hasta el pan (Jacob, 2020). Se podría decir que la utilización de la "masa madre" en la actualidad solo es un redescubrimiento de ésta junto con otras técnicas, como son las cámaras de fermentación lenta que han ayudado a un revivir de la industria del pan artesano. Por lo tanto, la "masa madre" y las mejoras técnicas ha revitalizado las formas de sentir y consumir el pan por parte de las personas (Pastor, 2016).

Los nuevos obradores han despertado emociones y significados nostálgicos en los consumidores. Constituyen un nuevo concepto de la panadería tradicional, un tipo de "panadería que debe ser respetuosa con su predecesora, pero aprendiendo de sus limitaciones y errores" (Barriga, 2016: 16), algo que he podido comprobar en los dos obradores en los que he realizado observación participante. Estos se han vuelto a posicionar cerca de las casas de las personas, exactamente igual que las antiguas tahonas de pan. Recurriendo a la teoría de Edmund Leach (2000) sobre la aversión y repugnancia ante determinados tipos de carnes. Este autor señala como aquellos animales considerados como no comestibles serían los que se situarían lejos del hogar (animales de monte) o cerca (animales de la casa), mientras que los comestibles se situarían en la granja, como zona intermedia. Las grandes panificadoras se situaron en zo-

nas industriales alejando la elaboración del pan de las casas de los consumidores. De esta forma, un alimento concebido como natural y cercano pasó a ser considerado como extraño y artificial. Los nuevos obradores han vuelto a situar el pan delante de la mirada de las personas.

El primero de ellos, el OSF situado en el distrito de Centro de Madrid. Desde la calle se ve alargado. Se puede ver el final del espacio y con ello todos sus elementos: zona de venta, con materiales nobles y desnudos, como queriendo decir que no esconden nada; el imponente horno de 4 pisos, y que suele ser el mismo o similar modelo de que utilizan todos estos obradores; las mesas de trabajo; los sacos de harina; los *banetones* donde se da forma al pan; etc. (Fotografía 2 en Anexo I). Una de sus clientas, Noemí, me describe claramente lo que supuso este obrador durante la primera ola de la pandemia, constituyendo un ejemplo etnográfico claro sobre la nueva centralidad del pan en nuestra cultura, ya que llamaba al obrador como “el centro social del barrio” donde se juntaba la gente en torno a los aromas del pan y la ayuda mutua de comprar y repartir pan con quien no podía salir de casa.

El otro obrador en el que he realizado observación participante ha sido ‘Brulèe, panadería y bollería artesana’. Localizado en Colmenar Viejo, una población a 30 km de Madrid. Lo que primero llama la atención es que Brulèe está situada en las afueras de Colmenar, en lo que vendría siendo una especie de “ensanche”. Es un obrador diferente. Situado en un local de nueva construcción que ha sido diseñado desde el comienzo para poder ser un espacio funcional con vistas a su crecimiento. Contiene maquinaria de última generación y tiene un aspecto como de joyería. En una gran pared revestida de negro hay huecos iluminados donde se coloca el pan. Sobre el mostrador, detrás de una vitrina, se colocan las piezas de bollería y hojaldre (Fotografía 3 en Anexo I).

Los obradores artesanales comparten una nueva forma de abrirse a los clientes y entrar en sus vidas. En Brulèe, un gran ventanal situado en la zona de venta que permite a los clientes ver el obrador. En OSF, la separación se realiza de una forma más sutil al no existir separación física, la diferencia la marca el tipo de suelo de la tienda, de hormigón pulido, y de azulejo blanco el suelo del obrador. En este proceso de reconstrucción de los obradores como espacios sensoriales abiertos a los ojos de los consumidores tienen mucho que ver las personas que trabajan en ellos, sus dueños/as y sus panaderos/as que se convierten en piezas importantes en el tablero, pero además revalorizan un trabajo siempre denostado por su nocturnidad y su gran esfuerzo. Ahora, les toca a ellos/as.

4. Panaderos/as: revalorización de un antiguo oficio

Recuerdo que el día que empecé a “trabajar” de panadero en el OSF llegaron unos 50 sacos o más de 50 kg de harina. Tocaba moverlos y colocarlos en el obrador, pero también bajar buena parte de ellos al almacén es tarea dura que marca el inicio de la

elaboración del pan. No menos dura que cuando toca, de madrugada, a la vez que se está pendiente de los panes formados entre 12 y 18 horas antes, preparar las cantidades exactas que servirán para, horas después, empezar a preparar las "masas madres" con las que hacer las diferentes variedades de pan y bollería que se hacen. Una "masa madre" no es más que una pequeña porción de una masa antigua, "llena de bichitos" que me diría Iratxe, que se añade a kilos de harina y litros de agua, que tras una mezcla y amasado fermentará durante unas 3 horas y se llenará "de vida". Una "vida" que se reconoce con las burbujas que genera. En ese punto, la "masa madre" se utilizará en una proporción de un 10% aproximadamente en la elaboración de las masas de pan: centeno, trigo, *kintos*, etc. El día que tengo registrado en mi diario de campo cómo se elabora el pan estaba Iratxe a los mandos de la elaboración de las masas. Hábilmente añade más o menos agua, controla las temperaturas, pero sobre todo, mueve kilos y kilos de harina y de masas ya confeccionadas. Sus manos tocan la masa para saber si ya está o necesita más amasado, o para saber si tiene que añadir más agua. Con el termómetro controla la temperatura. Una temperatura baja hará que tarde en arrancar la fermentación "en bloque", una temperatura alta hará que fermente demasiado rápido, perjudicando "el desarrollo del gluten" y también afectando a todos los procesos que se dan a la vez en el obrador. Parece que funciona como una red caótica, pero está todo medido (Fotografía 4 en Anexo I).

Las masas de pan fermentan en "bloque" durante unas 3 horas. No necesitan cámaras de fermentación porque la temperatura del obrador suele ser de unos 30 °C estos días. Se pliegan sobre sí mismas las masas hasta tres veces. Cuando ha fermentado lo suficiente los/as panaderos/as dejan otras tareas secundarias y se ponen a formar el pan. Más de 300 panes de, aproximadamente 1,2 Kg, que se quedarán en algo más de 1 kg una vez horneado. Se forman a una velocidad de vértigo, que un panadero novato como yo no puede seguir sin cometer múltiples errores. Una vez fermentados, se colocan en *banetones*, unas cestas de mimbre, que sirven para que fermenten mejor y aguanten la forma que se les ha dado. Después de fermentar en frío, a menos de 5 grados centígrados durante un mínimo de 14 horas, se hornearán de madrugada. Desde que se empezarán a hacer las masas madres hasta que los panes se colocan en la tienda para ser vendidos habrán pasado unas 24 horas. Si algo define el trabajo de los/as panaderos/as es el de ser un trabajo colaborativo lleno de saber, de aprendizaje y de esfuerzo.

¿Por qué un grupo de personas han decidido trabajar en este sector y hacer un proceso artesanal como este? ¿Cuáles son los motivos de unos jóvenes panaderos para dejar sus profesiones? ¿Cómo viven el oficio de panadero/a? Conocer sus motivos es esencial para dotar de significados al pan, significados que van mucho más allá de lo nutricional. Conociendo cómo los panaderos "usan" el pan al producirlo, y los consumidores lo "usan" al comprarlo y comerlo, es como se podrá averiguar "la forma en

que persona, sustancia y acto se integran significativamente” (Mintz, 1996: 270). Ya que, como señala Mintz, “los significados emanan del uso a medida que la gente utiliza las sustancias en las relaciones sociales” (1996: 28).

Ibán Yarza habla de los panaderos como “carpinteros, horneros, científicos, transportistas, químicos, cocineros, meteorólogos, escultores e incluso un poco gimnastas; los panaderos son los decatletas de la gastronomía” (2017: 14). Thomas Teffri prioriza el saber y el conocimiento sobre el pan de masa madre junto con el reconocimiento de que el mayor valor del panadero es que requiere “un nivel de sensibilidad que ninguna teoría puede sustituir” (Teffri, 2021: 9). De hecho, Teffri se refiere a la desaparición de una inmensa variedad de panes junto a sus formas tradicionales de elaboración, así como la desaparición de variedades en el cultivo de cereales como relación directa a una continua homogeneización en la elaboración y consumo del pan. Así, ambos ponen de relieve el valor del panadero de toda la vida y el de las panaderías que siguen procesos artesanales.

Los nuevos obradores de “pan de masa madre” se configuran como espacios reconstituidos social y culturalmente debido a una nueva generación de panaderos y panaderas. Antonio, entre ellos, veía el proceso de su elaboración como algo “mágico”:

Es un proceso tan casi casi mágico como empezar con algo tan inerte como harina... que pfff, harina, agua y sal, tiempo, proceso. Preparar una masa madre, había algo mágico, un poco de miedo a qué sucederá... “se me ha muerto la masa madre”, “esto no funciona” pero muy guay en cuanto a sensaciones, el tacto, el oler, el hornear, que la casa... pues claro. Eso enseguida, eso te engancha. Y como todo lo que te engancha, quieres más, quieres perfeccionar. Quieres dar una vuelta a esto, y por qué le saldrá esto así a este, y qué tengo que hacer, qué sucederá... No sé, una cosa muy magnética desde el principio, muy adictiva desde el principio.

Antonio, antes de ser panadero, fue topógrafo de formación y encargado de obras de profesión en Castellón (Comunidad Valenciana). Entre su familia se guardaban anécdotas de uno de sus abuelos, que fue panadero, y del que no se guarda una buena imagen de aquellos años. Por eso el paso que dio Antonio, de codearse con alcaldes y empresarios del sector de la construcción, a venirse a Madrid a ser panadero no tuvo un buen recibimiento en su familia más cercana. Algo que no le importaba y le sirvió como aliciente:

Claro, yo tenía esa imagen de madrugada, de llegar allí, de los últimos amasados que se horneaban más en la tarde de la mañana... Y claro, ostras, mi abuelo... y era algo del recuerdo y que a veces cuentas las cosas y que con el paso del tiempo lo magnificas o lo haces más fascinante de lo que era. Pero realmente era muy guay.

Hubo algo mucho más importante en la decisión de dar el paso de ser panadero, que lo enfrenta directamente con un tipo de pan que se configura como una masa para masas, el gran consumidor. Y es que frente a ese sujeto colectivo que había diluido el valor del ‘buen’ pan, han tenido que emerger actores que están intentando reconstruir

el pan dotándolo de valor material y simbólico. A Antonio le pasó algo así por la cabeza cuando nació su hija y observó que el pan que estaban comiendo no era bueno, él no quería que su hija comiese ese pan:

Pensé que cuando ella ya pudiera comer pan, comiera un pan que hace su padre, sería todo un orgullo. Entonces, donde estuviese una razón positiva ahí me agarraba. Cada día estaba haciendo más [pan]. Y de repente un día en el Foro del pan, en subforo, "el del profesional", que solo lo deberíamos leer los más frikis aparecen ahí unas líneas de Javier Marca que ponía "voy a abrir un..." Bueno, él era uno de los gallitos dentro de ese foro, y lo leí y dije, me acaban de describir. "Voy a abrir una panadería en Madrid y busco a alguien que aunque no tenga experiencia sí que tenga mucho respeto por el proceso de hacer pan". Y eso era algo así, yo no tengo mucha experiencia y tal, pero le escribí, empezamos a escribirnos, a cruzarnos emails y me vine para Madrid.

Para Antonio hay algo esencial en el tipo de panadero que él quería ser y que es el santo grial de lo que él considera que debe ser este oficio y que sobresale en lo esencial de lo que es para él el pan. Lejos de ser un alimento que llene un estómago, debe ser un alimento que ofrezca "honestidad", una cualidad que nace de:

En mi caso, en concreto, creo que es ese quitar leyes, quitar dogmas, darle mucho cariño, mucho frescos, mucho cuidado, mucho control, pero sin ataduras que al final hace nuestro producto que tenga esas características. Además, habrá veces que, dependiendo de un equipo, en las que el equipo reme hacia un lado y yo busque otra cosa pero que sea complicado y nos tengamos que adecuar. No es tan fácil tratar unas masas tan hidratadas o salvajes con fermentaciones que van más al límite y hay que jugar con ser más conservador. Pero sí que hay algo que es innegociable, y es que si hacemos panes de masa madre hay que cuidar esa masa madre porque las harinas como bien nos decía algún cliente "las harinas son las mismas".

María, panadera en Brulèe, recuerda sus inicios de una forma clara. Doctorada en veterinaria, trabajaba en el departamento de calidad de una empresa de alimentación. Su curiosidad por el pan empezó desde su gusto por la cocina. Tuvo un blog sobre pan y además participaba en *El Foro del pan* y en grupos de Facebook como "amigos del pan casero". Sentía que el pan:

No era una receta, ósea, que no era simplemente seguir una receta. Era comprender a un bicho que está vivo como tú, que también tiene sus días buenos y sus días malos como los tienes tú. Y, me gustaba por eso. [...] Que parece magia... pero observando un poquito lo ves. Y claro, yo que tengo formación en biología me encantan.

Estos aspectos junto a situaciones laborales estancadas hicieron que María diese el paso de cambiar un doctorado en veterinaria y un trabajo en un departamento de calidad por un trabajo duro como el de panadera. Esto le llevó a enfrentarse a situaciones familiares de incompreensión:

Era como "joder, después de tanto tiempo estudiando, y vas y haces esto" (tono despectivo). Pero bueno, cuando yo me cambié, obviamente no fue derecho. Yo me cambié porque tenía en aquel momento había mucha inestabilidad en el sitio en el que estaba trabajando.

Además, le hicieron una entrevista en la revista PAN en la que tenía que hacer una receta de pan en un obrador. Ver el obrador, estar allí y sentirlo le llevó a pedirse un año de excedencia para rotar por diferentes obradores en los que hacer prácticas. Y cuando empezó a trabajar “en serio” con Antonio en OSF volvió la imagen negativa del panadero en su círculo más próximo como “un trabajo duro y sin futuro”. Una imagen de dureza, también de empoderamiento, que a lo largo de las entrevistas de fotoelicitación pudimos comentar en varias fotografías. María realizó una a sus propias manos manchadas de masa de pan que titulamos “las manos de la panadera” (Fotografía 5 en Anexo I):

Sí, de la panadera. Bueno, pues este es mi drama de que nunca he tenido las manos bonita y ahora nunca las voy a tener, obviamente. Las uñas rajadas, cortas, cortísimas además. Además, lo que tiene el trabajar tanto rato con las masas es que el agua te reblandece las uñas y las tienes siempre horribles y se te van quedando como cada vez más horribles. Pero también las veo poderosas, yo veo que cuanto más feas son mis manos, más bonitas son las cosas que hago.

En el caso de Iratxe, panadera en OSF, su interés por el pan de toda la vida será el que la lleve a realizar sus primeros cursos de pan, uno de ellos en OSF:

A mí siempre me ha gustado hacer pan en casa, pero con levadura, porque yo siempre he sido muy panera y en mi casa siempre han sido muy paneros y eso lo heredé yo. Y hacía pan, pero vamos, de vez en cuando con levadura. El de la otra panadería no me gustó nada y el de aquí sí, me encantó. Así que, empecé a hacer pan en casa y le mandaba fotos a Antonio preguntándole. “Esto por qué puede ser, se me quema aquí”, “pon papel albal allá”.

De recibir varios cursos para hacer pan en casa a trabajar de panadera hubo un proceso en el que incluso empezó a “trabajar gratis” en Panic, por horas, en el tiempo libre que el trabajo en la clínica le permitía. Poco a poco fue entrando más y más, primero pesando harina, después haciendo más. En su ánimo estaba el interés personal, no sin las reticencias familiares pertinentes:

Mi padre, hasta el año pasado aún, decía “bah, pero qué tontería esto de la masa madre”. No le ven esto de que es más sano, el reto personal que supone hacerlo [...]. Pues mi padre, eso, “qué tontería, un poquito de levadura ahí no hace daño”.

El trabajo como panadera, de mucho esfuerzo, de Iratxe se refleja en una de las fotografías que ella misma tomó una de sus muchas noches como panadera en la soledad del obrador. Se trata de un ‘selfie’ de sus propias zapatillas que una necesariamente a trabajar de noche (Fotografía 6 en Anexo I):

Pensaba que era muy ventajoso. No tienes que soportar a nadie, y nadie te tiene que soportar a ti. Pero en grupo, avanzamos más que estando sola. Además, a ratos de hablar y otros de no, también se pasa más rápido. Estando sola, miras el reloj y “uy, madre mía, aún me quedan cinco horas”. Entonces, como me pediste que hiciera fotografías que tuviesen un significado para mí... muchas veces al acabar me miro las zapatillas y pienso en que no he tenido tiempo ni para sacudirme un poco la harina, me siento cansada, pero llena de energía por trabajar en algo que me da tanta felicidad.

El pegamento que hace posible que panaderos, panes y el acto de hacer pan se fusionen en una única forma, es la libertad de elección. Que bien, hoy en día, podría llamarse como un acto de empoderamiento. Posiblemente haya tantas formas de hacer pan como panaderos existen. El empoderamiento les lleva a luchar contra la imagen oscura que arrastra el panadero (Baroja, [1898] 1991). Probablemente, el ostracismo que ha tenido la figura de ser panadero en el pasado, junto con otras profesiones de- nostadas, se deba a la poca o ninguna elección que han tenido de poder elegir qué querer hacer con su vida formativa y laboral. En el siglo XXI, vemos como personas procedentes de campos formativos y laborales muy diversos han elegido este camino poniendo de valor la profesionalidad por encima de todo.

Ahora, es el momento de conocer como Noemí, compradora y consumidora de “pan de masa madre” “usa” este pan y cómo lo integrado en su vida.

5. Nostalgia en torno al consumo de pan

En las fotografías que realizó Noemí se podía ver el pan en lugares centrales de la mesa e incluso dentro de los propios platos. En las conversaciones sobre cómo era el pan y cómo es ahora salen a relucir imágenes fuertemente poderosas del pasado y emociones y sensaciones llenas de una nostalgia que parece haber querido recomponer un pan que dejó de existir. Así, la nostalgia sirve como conexión con el pasado que se reconstruye en nuevas formas de consumir el pan:

Mi abuela tenía el refrán de “pan con pan, comida de tontos, pero se come”. No, y había que comer con pan, y en la mesa siempre había pan. Mi tía vivía en la calle Opera y había una tahona, de las de verdad, en la que yo desde pequeñita veía como entraba la harina, los sacos, como olía a pan la calle entera. Yo me críe un poco con eso. Y luego de repente el pan cambió, y se convirtió en un pan como muy blanco, de una corteza muy fina, la miga muy apretada, un poco insípido. Que era un poco el pan de voy a empujar el alimento.

La nostalgia como categoría está siendo utilizada en la construcción de los relatos etnográficos sobre la memoria del hambre en la alimentación y en la patrimonialización que están teniendo algunos alimentos que habían dejado de tener una connotación simbólica como es el pan, lo que revela la existencia de una relación directa entre las costumbres alimenticias actuales y pasadas (Conde Caballero et al., 2021). La nostalgia también se sitúa como elemento de resignificación del pan de masa madre en la vida de las personas (Rivero Jiménez et al., 2020).

Que el pan esté presente en todas las comidas también nos devuelve la imagen de que antes no se comía sin pan. Noemí nos habla de cómo dejó de ser central en su vida por una pérdida de sentidos en torno al pan que existía y lo compara con el pan de masa madre que consume ahora, de tal forma que aunque el “pan de masa madre” es un pan actual lo introduce en sus comidas tal y como hacía con el pan que comía de niña:

Y luego, en mi caso, aquí en la sopa, la miga de este pan te da el juego de cómo chu... sacar el líquido y la miga todavía está y te la puedes comer y sigue estando rica. Estos panes te aguantan la salsa, el moje, y siguen siendo pan (Fotografía 1 en Anexo I).

Noemí realizó fotos a diferentes platos, incluido un 'tupper' con un arroz al horno valenciano, que hizo para un amigo que estaba enfermo, "es el lugar perfecto para el pan" (Fotografía 7 en Anexo I).

Que la nostalgia sea principal no puede dejar de lado configuraciones actuales que están unidas a expresiones de sentimientos que incorporan la nueva centralidad del pan discutida en este trabajo. La comida, y el pan como parte esencial, incorpora ideologías y representaciones en torno a la idea de que la comida de antes es más saludable que la de ahora (Rivero Jiménez, Conde Caballero, & Mariano Juárez, 2020). Para Noemí consumir pan y comprarlo se inserta dentro de un proceso general de consumir y comprar de forma local y sostenible está directamente relacionado con alimentarse de forma saludable, que también denotan cuestiones de capital económico:

Yo me alimento bien desde hace tiempo. No estoy obsesionada, nada que ver con calorías, con tal, pero si puedo comprar a granel, compro a granel, si puedo comprar productos bio... ósea, yo me dejo dinero en la comida. Por ejemplo, fruta, yo soy de pequeño comercio desde que vivía en Chamberí, del frutero tal, de la carnicería de no sé dónde...Que si tengo que ir al súper, voy. Pero el pequeño comercio, sé que tal persona está apostando por este negocio, me va a costar 50 céntimos más en este herbolario la leche que en esta otra tienda tal, pero bueno, esta persona acaba de abrir su negocio. Está hablando con proveedores. Durante un tiempo tuve grupo de consumo. He comprado la fruta a proveedores como cestas de fruta y verdura.

En la posición de Noemí frente al consumo del pan, sus recuerdos, sus nuevos usos y formas de entender lo que es el pan, y en concreto este "pan de masa madre" nos hace ver que nos encontramos ante un pan que se expresa a través de la heterogeneidad de las formas en las que se presenta.

6. "Pan de masa madre", ¿un pan o muchos panes?

Si algo tiene el pan de masa madre, y que he defendido a lo largo de este trabajo, es que no se puede hablar de un solo tipo de 'buen pan'. Baste un ejemplo, el pan de centeno durante buena parte del siglo pasado, ha destacado en nuestro país por ser ejemplo de un 'mal pan'. La tradición oral lo sentencia, ya que "el pan de trigo, Dios lo hizo; el de centeno, no sé quién lo habrá hecho", aunque siempre el "pan de centeno, con hambre es bueno", ejemplo marcado por la ausencia de comida, y de cualquier otro pan, de varias generaciones durante la posguerra:

La falta de trigo obligó a recurrir al duro y pesado pan de centeno, al pan negro, un tipo de pan que desde entonces quedaría asociado a las clases populares y empobrecidas. La oposición binaria resultaba clara: el primero, el blanco, destinado a los señores, a las clases pudientes, aparece como un producto de lujo por sus propie-

dades, pero también por la dificultad de siembra del cereal. El segundo, el pan negro, era propio de los campesinos, de la plebe (Conde Caballero, 2018: 180).

Hoy, el pan de centeno de masa madre tiene otras connotaciones. Para María, por ejemplo, es la seña de identidad del panadero: "si sabes hacer pan de centeno, eres panadero". Así, es paradigmático que un pan, como es el de centeno, tan denostado en el pasado, sea hoy en día artífice de la ejemplaridad del 'buen' hacer de los panaderos. Pero este, es solo un ejemplo de las variedades de "panes de masa madre".

En los obradores donde realicé observación participante se pueden encontrar más de una docena de panes diferentes en cada uno. El pan de trigo es el predominante, pero comparte elaboración con muchos otros de harinas, procesos e ingredientes diferentes. Estas diferencias se materializan en el aspecto, texturas y sabores del pan no así en su significado para el consumidor, y ni tan siquiera en los significados incorporados en el pan por las manos que lo elaboran.

Tanta variedad de panes lleva a sus dependientes a tener que explicar en no pocas ocasiones de qué están elaborados los panes. La formación del consumidor es lo esencial de la venta, en otros pocos casos adaptan la producción al gusto predefinido del consumidor. También, el gusto y las preferencias de las personas se han ido educando por parte de los obradores, aunque también ellos mismos denotan poseer un capital cultural que denota una distinción del gusto (Bourdieu, 2016). Esos criterios, por parte de los consumidores se reflejan en las cuatro características que debe tener un 'buen pan': sensoriales, nutricionales, saludables y sostenibles (Pastor, 2016).

De los sensoriales que podríamos identificar como el de la vista, el aroma, el gusto y el tacto, es el primero, el que es más determinante, también es muy importante. La educación de la que hablaba antes y de cómo el panadero deja la impronta material en el pan se ve muy claramente en el OSF. Todos tenemos la imagen icónica del pan como un pan de color dorado claro y de miga blanda y esponjosa. Ya he dejado claro que el "pan de masa madre" no es así, y los clientes han tenido que ir adaptando sus gustos a este pan. En la actualidad muchas de las personas que acceden a la tienda van buscando precisamente los panes más tostados porque saben que tienen unas características sensoriales especiales. La vista nos lleva a seleccionar "aquellos panes que nos resultan más atractivos por sus formas, greñados o dibujos, así como por los colores caramelizados de sus cortezas" (Alonso Gaité, 2017: 48).

El "pan de masa madre" incorpora toda una dimensión funcional a la estética. Se destacan valores en torno a las categorías de lo saludable y sostenible como resultado de consumir este tipo de pan. Así, constituyen un tipo de tipo de discurso que es difícilmente separable puesto que hoy en día se relaciona comer bien con salud y comer bien con sostenibilidad. Esto tiene que ver mucho con el inicio de la cadena productiva del pan, la que tiene que ver con la agricultura. Uno de sus problemas fundamentales es que sufre de un "modelo agrícola actual [...] dependiente de insumos, desde las se-

millas al uso de fertilizantes, plaguicidas, herbicidas... y maquinaria cada vez más grande y cara”, así “se observa claramente la necesidad de apostar por un modelo de gestión en el que se planteen alternativas de manejo más perdurables” (Palacín, 2020, pág. 14). En los obradores de pan de masa madre este tipo de discursos se traduce en el tipo de harina que utilizan para hacer los panes, por lo general en su mayor parte es harina ecológica de diferentes procedencias y tipos de cereal. Unos tipos de harinas que condicionan tanto el proceso de elaboración como el resultado de los panes, también el color de estos (tanto de la corteza como de la miga).

Se podría pensar que lo sostenible y lo saludable necesariamente son valores que van unidos a un precio elevado. ¿Es el ‘buen pan’ de hoy en día, un pan caro?. En los obradores indican que es una percepción incorrecta. En primer lugar, defiende que los precios puedan ser más caros porque están sobre las masas y porque están de cara al público defendiendo el producto que hacen (el tipo de harinas, pero también lo artesanal del proceso y tiempo). En segundo lugar, es un pan que frente a alguien que compre pan todos los días, al que hemos llamado en otra parte de este trabajo, “pan de gasolinera”, resultaría, en el caso del OSF, un pan perfectamente equiparable en precio. En cualquier caso, es un tema controvertido, puesto que un simple análisis de los precios por kilo de diferentes obradores arroja diferencias de más de 2 euros por kilo. El precio, parece un factor que no une al sector y, a su vez, mantiene una imagen del pan de masa madre como de una clase social superior que puede pagar precios más caros por el pan.

7. Conclusiones: *bien amasado, bien cernido y mal cocido, pan perdido*

Los obradores de pan de masa madre han situado cerca de las casas el pan de nuevo gracias a colocarlo a la vista de las personas. Han reformulado la panadería tradicional con nuevos ingredientes, nuevos procesos y nuevas formas de entender y hacer entendible el pan. Los nuevos obradores se configuran como nuevos *templos*: reúnen a la gente y han vuelto a ritualizar la compra del pan. Así, se han convertido en espacios especialmente connotados que rompen con los estigmas generados por la artificialidad impuesta al pan por la industria panificadora y devuelven el sentido de lo artesanal.

Los nuevos panaderos se presentan con una pretensión de desnudez, cargan emotivamente la elaboración del pan y consiguen, a la vez, diferenciar materialmente panes de mismo significado, creando por primera vez en la historia panes de autor. Los panes ponen en juego una rica y variada vida social del pan cargada de discursos ideológicos y simbólicos en un juego de contactos entre productores y consumidores con el pan como materia de intercambio. Los símbolos, que en origen son compartidos, son modificados por los conocimientos y representaciones del mundo propios de cada obrador dando lugar a un proceso que termina en un pan único y diferente a otros. El

panadero se ve como esa persona que dedica su vida a pensar qué pan quiere hacer, cómo lo quiere hacer y, finalmente, qué pan hace. Ponen de relieve de nuevo el pan resultando novedoso en muchos aspectos. Por lo que puedo estar en condiciones de señalar que, por primera vez en la historia, se puede hablar de un pan de autor.

La libertad de elección de los panaderos a la hora de ejercer su profesión pone de relieve y en valor el ejercicio de una profesión ante denostada. Formarse en la creación de nuevos productos y formar a los consumidores en las características de los panes, además, de estar en el obrador, ser visibles al público, tiene unas connotaciones simbólicas muy fuertes y hacen que el pan se acerque a los ojos de las personas. Esto le otorga el pan un valor añadido de un hacedor que no llega solo por los valores o sutilezas que tiene el oficio por sí mismo, sino que hay un romanticismo que se vincula necesariamente con los procesos creativos y con la "magia" y lo aleja de sentidos utilitaristas. Un 'buen pan' es bueno porque lo hacen unos panaderos que quieren ir más allá.

Las diferencias entre panes tienen que ver con el resultado de un proceso llevado a cabo por diferentes influencias y puestas en práctica de conocimientos diversos y su propia formación a lo largo del tiempo. Esas diferencias tienen que ver con las características sensoriales que recibe el pan en cuanto materia y que tienen que ver con nuestros sentidos: vista, olfato, gusto y tacto. De parte de los consumidores también se ponen en juego otras series de significados, entre los que he destacado los que tienen lugar como resultado del sentimiento de nostalgia que despierta ver el pan como depositario de valores que se encuentran en la infancia y que han dado lugar, en la actualidad, a consumir alimentos saludables y sostenibles, tanto económicamente (comercios de cercanía) como medioambientalmente (productos ecológicos).

En un futuro, la Antropología deberá abordar el estudio de la dimensión económica del pan de masa madre, y el propio sector debería reflexionar al respecto a la luz de las diferencias entre obradores. Determinados precios pueden hacer ver este pan como poco accesible y perteneciente a una élite de población, por parte de la mayoría de la población que sigue consumiendo un pan, que se puede denominar como "de gasolinera". Por otro lado, las representaciones ideológicas de los consumidores, empujados por determinados discursos globales sobre alimentación sostenible, pueden estar haciendo que determinados obradores, así como la gran industria panadera, estén llevando a cabo un crecimiento de puntos de venta y de productos de pan utilizando técnicas de marketing y resquicios legales que asemejan cualquier pan con masa madre a un pan de masa madre como el de los obradores en los que he realizado trabajo de campo.

Relacionado con este último aspecto, también puede ser un pan que pueda dividir más que unir en un sentido generacional, sintiéndose más identificados con este pan sectores concretos de la sociedad a los que el sentimiento de la nostalgia les crea con-

notaciones positivas, quedando fuera a los que les origina connotaciones negativas al relacionarlos con épocas donde determinados cereales y texturas del pan se relacionaban con 'malos panes'.

Sentir y vivir el pan es una forma de volver a tomar contacto con un alimento que ha llenado, en otras épocas, estómagos y mentes. Este trabajo solo ha tenido la pretensión de resituar el "pan de masa madre" resaltando sus valores que lo han resignificado como un elemento y alimento que une conocimientos, símbolos, ideologías y materias como central en la mesa de las personas.

8. Referencias bibliográficas

Alonso Gaité, Asunción (2017). Comer pan o sentir el pan. *PAN*, 4(otoño), 48-52.

Appadurai, Arjun (1991). *La vida social de las cosas*. Grijalbo.

Baroja, Pío [1898] (1991). *Los panaderos*. Diptongo.

Barriga, Xavier (2016). La panadería del siglo XXI. *PAN*, 2(otoño), 16-17.

Bourdieu, Pierre [1979] (2016). *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Penguin Random House.

Conde Caballero, David (2018). Tiempos sin pan. Una etnografía del hambre de posguerra en Extremadura. Tesis doctoral, Universidad Nacional de Educación a Distancia (España). Programa de Doctorado en Diversidad, Subjetividad y Socialización. Estudios en Antropología Social, Historia de la Psicología y de la Educación.

Conde Caballero, David, Borja Rivero Jimenez y Lorenzo Mariano Juarez (2021). Memories of hunger, continuities, and food choices: An ethnography of the elderly in Extremadura (Spain). *Appetite*, 164(1), 164, 105267. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2021.105267>

Contreras, Jesús (2002). El pan y la evolución de la cultura alimentaria. *Nutrición y Obesidad*, 5.

De Garine, Igor y Valeria De Garine (1998). Antropología de la alimentación: entre naturaleza y cultura. En *Alimentación y cultura: actas del congreso internacional 1998* (13-34). Museo Nacional de Antropología, España.

de Tonnac, Jean Philippe (2017). El pan liberador. *PAN* 4(otoño), 30-33.

Díaz de Rada, Ángel, y Honorio Velasco (2004). La lógica de la investigación etnográfica. Trotta.

Díaz-Mas, Paloma (2020). *El pan que como*. Anagrama.

Erice, Aina S. (2017). La domesticación de los trigos. *PAN*, 3(primavera), 42-47.

Fernández Rodríguez, María Luisa (2017). El monasterio de Tina. *PAN*, 4, 74-75.

García, Jacinto (2016). El pan, ¿nada más natural? *PAN*, 1(primavera), 42-45.

- Harper, Douglas (1986). Meaning and Work: A Study in Photo Elicitation. *Current Sociology*, 34(3), 24-46. <https://doi.org/10.1177/001139286034003006>
- Harper, Douglas (2010). Talking about pictures: A case for photo elicitation. *Visual Studies*, 17(1), 13-26. <https://doi.org/10.1080/14725860220137345>.
- Herrera Villagra, Alejandro (2012). Etnografía en el Cuzco contemporáneo: una epistemología desde los sentidos y las emociones. En W. Müllauer-Seichter, *Maneras de narrar espacios y tiempos. Corrientes en Etnohistoria* (pp. 211-238). Ramón Areces.
- Jacob, Heinrich Eduard (2020). *Seis mil años de pan. Su historia sagrada y profana*. Ediciones Espula de Plata.
- Kaplan, David y Robert Maners (2012). Relativismo vs. Comparación. En N. Fernández Moreno, *Antropología y Comparación Cultural: Métodos y teorías* (pp. 146-153). UNED.
- Kopytoff, Igor (1986). La biografía cultural de las cosas: la mercantilización como proceso. En A. Appadurai, *La vida social de las cosas. Perspectiva cultural de las mercancías* (pp. 89-122). Grijalbo / Conaculta.
- Kropotkin, Piotr [1892] (2008). *La conquista del pan*. La Malatesta.
- Leach, Edmund (2000). *The Essential Edmund Leach. Vol. 1: Anthropology and Society; Vol. 2: Culture and Human Nature*. Yale University Press.
- Lefebvre, Henri [1974] (2013). *La producción del espacio*. Capitán Swing.
- Lévi-Strauss, Claude [1964] (2006). *Mitológicas I. Lo crudo y lo cocido*. Fondo de Cultura Económica.
- Lévi-Strauss, Claude [1968] (2003). *El Origen de las maneras de mesa. Mitológicas III*. Siglo XXI Editores.
- Mandianes, Manuel (1990). Los muertos de Galicia se van de viaje comiendo pan. *Uomo*, III(1), 75-83.
- Mariano Juárez, Lorenzo; Xavier Medina y Julián López García (2017). *Comida y mundo virtual. Internet, redes Sociales y representaciones visuales*. UOC.
- Matvejević, Pedrag (2013). *Nuestro pan de cada día*. Acantilado.
- Mintz, Sidney (1988). *Taso trabajador de la caña*. Huracán.
- Mintz, Sidney [1985] 1996. *Dulzura y poder. El lugar del azúcar en la historia moderna*. Siglo XXI editores.
- Orobitg Canal, Gemma (2014). La fotografía en el trabajo de campo: Palabra e imagen en la investigación etnográfica. *Quaderns-e Institut Català d'Antropologia*, 19(1), 3-20.
- Palacín, Lucía (2020). La importancia de la agricultura sostenible. *PAN*, 10(otoño), 14-17.

Pastor, Jorge (2016). El pan, nuestro querido compañero de viaje. *PAN*, 1(primavera), 10-15.

Pink, Sarah (2007). *Photography in Ethnographic Research*. Sage.
<https://doi.org/10.4135/9780857025029.d7>

Redacción revista PAN (2019). Editorial. *PAN*, 8(otoño), 6-8.

Redacción Telemadrid (2022). Visitamos la panadería más antigua de Vallecas fundada en 1902. *Telemadrid.es*, 9 de abril, ([enlace](#)).

Rivero Jiménez, Borja; David Conde Caballero y Lorenzo Mariano Juárez (2020). Health and Nutritional Beliefs and Practices among Rural Elderly Population: An Ethnographic Study in Western Spain. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(16), 5923. <https://doi.org/10.3390/ijerph17165923>

Ronchi, Ermes (2005). *El canto del pan*. Ediciones Sígueme.

Sastre Zarzuela, Eladio y Mauro Rollán Méndez (2006). *Del trigo al pan*. Junta de Castilla y León.

Teffri-Chambelland, Thomas (2021). *Tratado de panadería de masa madre*. Bread Editions.

Tejera Osuna, Inmaculada (1993). *El libro del pan*. Alianza Editorial.

Velasco, Honorio (1990). *El pan proverbial: Pan para hablar, pan para pensar*. Uomo.

Yarza, Ibán (2016). La gran dama del pan. *PAN*, 2(otoño), 32-43.

Yarza, Ibán (2017). *Pan de pueblo. Recetas e historias de los panes y panaderías de España*. Penguin Random House.

Anexo I

Fotografía 1. Detalle del pan dentro de una sopa de fideos.



Fuente: Fotografía de Noemí.

Fotografía 2. Trabajando en el Obrador San Francisco (OSF).



Fuente: Fotografía propia del autor.

Fotografía 3. Zona de venta en Brulèe.



Fuente: Fotografía propia del autor.

Fotografía 4. Formando pan en Brulèe.



Fuente: Fotografía propia del autor.

Fotografía 5. Mano de María



Fuente: Fotografía de María.

Fotografía 6. 'Selfie' de pies de Iratxe



Fuente: Fotografía de Iratxe.

Fotografía 7. Pan en tupper.



Fuente: Fotografía de Noemí