

Artículo

Cuando el pan, volvió a ser pan. Nostalgia y afectividad en el consumo del 'pan de masa madre'

DANIEL MARTÍNEZ PÉREZ

dmartinez@fsof.uned.es

 <https://orcid.org/0000-0001-9366-8752>

Universidad Nacional de Educación a
Distancia, España



ENSAMBLAJES

REVISTA DE ANTROPOLOGÍA PREDOCTORAL

<https://revista.areadi.org/>



junio, 2025

Para citar este artículo:

Martínez Pérez, D. (2025). Cuando el pan, volvió a ser pan. Nostalgia y afectividad en el consumo del 'pan de masa madre'. *Ensamblajes. Revista De Antropología Predoctoral*, 2(1), 91-110.

<https://doi.org/10.71405/ensamblajes/2025/v2.1.12>

Resumen

Este artículo analiza cómo el pan de masa madre ha sido resignificado en el marco de un consumo afectivo y nostálgico, recuperando su centralidad simbólica en la cultura alimentaria contemporánea. A través de la experiencia de Noemí, una mujer que reintroduce el pan en su vida tras años de abandono, se exploran las dimensiones emocionales, sensoriales y sociales del retorno al pan artesano. El texto combina una etnografía densa con un enfoque relacional, conectando procesos de gourmetización, capital cultural y prácticas cotidianas con categorías como la nostalgia reflexiva (Boym, 2001) y la vida social de los objetos (Appadurai, 2013). Asimismo, se abordan los nuevos obradores como espacios productores de valor simbólico, donde se reconfiguran las relaciones entre consumidores y panaderos/as. El pan, lejos de ser un mero alimento, emerge aquí como un dispositivo de memoria, distinción y sostenibilidad, inscrito en nuevas formas de pertenencia y consumo consciente.

Palabras clave: pan de masa madre; nostalgia alimentaria; afectividad; cultura del consumo; obradores; gourmetización; memoria culinaria.

Abstract:

This article explores how sourdough bread has been culturally and emotionally re-signified in contemporary food practices, regaining its symbolic centrality through affective and nostalgic consumption. Through the ethnographic experience of Noemí, a woman who reintroduces bread into her daily life after years of absence, the article examines the emotional, sensory, and social dimensions of artisanal bread. Drawing on concepts such as reflective nostalgia (Boym), the social life of things (Appadurai), and sociomaterial assemblages, the analysis situates sourdough bread within broader processes of gourmetisation, cultural distinction, and everyday memory-making. Special attention is paid to new urban bakeries as socially meaningful spaces where relationships between consumers and bakers are reconfigured. Rather than a mere food item, bread emerges here as a medium of memory, affect, sustainability, and identity.

Keywords: sourdough bread, food nostalgia, affectivity, consumption culture, bakeries, gourmetisation, culinary memory.

El Pan Que Dejó De Ser Pan

Noemí ha incorporado el pan de masa madre como un elemento esencial en su vida cotidiana. Desde el desayuno hasta la cena, este tipo de pan está presente en su mesa, e incluso lo lleva consigo cuando viaja. Su conexión con el pan va más allá de lo alimenticio; está profundamente ligada a los recuerdos de su infancia. Sin embargo, hubo un tiempo en el que el pan perdió su significado para ella, sustituido por alternativas como las tortas de arroz inflado. Fue solo cuando redescubrió el pan de masa madre que volvió a sentir esa conexión emocional y simbólica que había perdido.

El pan cambió y se convirtió en un pan como muy blanco, de una corteza muy fina, la miga muy apretada, un poco insípido. Era un poco, el pan de voy a empujar el alimento. Y como yo tenía la costumbre de comer con pan, por esto de mi familia que siempre había pan en la mesa, pero no me encantaba el pan, y era como una cosa de bueno... si, bueno, no compraba pan. Cuando vivía sola no bajaba a la panadería a comprar pan. Si me iba a hacer la compra y, de

repente, tenía una cena, pues compraba el pan. Pero para mí no compraba. Comía pan de arroz, esas tortas saladas, porque me gustaba desayunar salado... Por cierto, también compraba pan Bimbo.

Este artículo se enmarca en los estudios sobre alimentación y cultura, tomando como referencia conceptos como la nostalgia alimentaria (Boym, 2001), que explora cómo los alimentos evocan recuerdos y emociones ligadas al pasado, y la vida social de cosas (Appadurai, 2013), que analiza cómo los objetos, en este caso el pan, adquieren significados sociales y culturales a lo largo del tiempo. A través de la experiencia de Noemí¹, se busca comprender cómo el pan de masa madre ha recuperado su centralidad simbólica en la vida cotidiana, no solo como alimento, sino como vehículo de memoria y conexión emocional.

El pan ha cambiado a lo largo de la historia. Matvejević (2013) da cuenta de cómo el pan se constituye como un símbolo inmaterial, mucho más importante que su propia historia y que está unido para siempre con la humanidad. Una historia del surgimiento del pan que la mayoría de las investigaciones sitúan entre los 6.000 y 9.000 años de antigüedad, junto con el surgimiento de las primeras formas de agricultura (Sastre Zarzuela & Rollán Menéndez, 2006), aunque investigaciones más recientes sitúan su origen mucho antes, en torno a los 14.400 años (Arranz-Otaegui et al., 2018). Tan habitual entre nosotros, se puede considerar prácticamente un alimento “natural” y poco complejo, siendo todo lo contrario. Como indica Jacinto García (2016), su elaboración es una muestra de la complejidad cultural que se expresa en el proceso de su elaboración: desde la selección de semillas hasta el control de las técnicas de cocción y la manipulación de las masas. Dicho en otras palabras, para llegar a obtener el pan, en tanto producto, hay que pasar por una serie de peldaños que hacen de él un elemento de creación y transformación humana que otorga significado de cultura (Lejavitzer, 2008).

Hasta que no surgió la civilización egipcia el pan sería un pan sin fermentación. Y esto no fue hasta hace unos 4.000 años. Si observamos la historia del pan como si de una

¹ Este artículo se centra en la experiencia de Noemí como consumidora de pan de masa madre, explorando cómo este alimento ha recuperado su centralidad simbólica en su vida cotidiana. Complementa así el análisis previo realizado en (Martínez, 2023) que se enfocaba en los agentes y entornos de producción, ofreciendo una visión más completa del fenómeno desde la perspectiva del consumo.

pirámide se tratase, observaríamos que en la cúspide estarían los egipcios, y por debajo, bebiendo directamente de su influencia y gracias al Mediterráneo como vaso cultural comunicador, el pan se iría transformando de civilización en civilización. Siguiendo la historia del pan, como nos relata Heinrich E. Jacob (2020), encontramos que el caso de los griegos fue paradigmático, puesto que se beneficiaron del contacto con los egipcios gracias al conocimiento de la molienda y la mejora técnica, lo cual les permitió combatir la falta de fertilidad de un suelo extremadamente calizo. No obstante, podemos considerar a los griegos como los grandes contadores de historias a través de los mitos, los cuales ayudaron a dotar de significados simbólicos al pan. Aunque ha sido el cristianismo el que ha elaborado un complejo conjunto de significados simbólicos al pan. Estos quedan reflejados en la “oración más bella” (Ronchi, 2005, p. 72) del Padrenuestro. El *Salmo del pan* empieza así:

Es verdaderamente justo darte gracias, es hermoso cantar para ti, manantial de todo bien. Tú eres el que das vida y futuro a todo lo que existe: abres tu mano y sacias a cada criatura. El pan que comemos es don del cosmos entero, es el pan de nuestra peregrinación pan incompleto que tú llenarás de esperanza. El pan que nosotros partimos es memoria viviente de tu Hijo, que por amor ha venido, que de amor ha vivido. (Ronchi, 2005, pp. 83-84).

Para el cristianismo el pan es materia y símbolo a la vez. Contiene una multitud de significados simbólicos acompañados de ricas metáforas. De un lado es reflejo material de lo cotidiano, de una necesidad básica de alimentación del ser humano. De otro lado, es significado espiritual de vida humana. “La vida es más que el pan, pero ningún momento puede prescindir del pan” (Ronchi, 2005, p. 72) y de ese modo el pan es símbolo de salvación o de perdición mediante el juicio ante Dios. Entran en juego, para el cristianismo, mecanismos de solidaridad y reciprocidad:

Seremos juzgados definitivamente por el juez supremo con los criterios de aquellos que rige la vida material del hombre: si hemos asistido o no a quien tenía hambre y sed, al que estaba desnudo o en la cárcel. En el pan y en el agua, en el vestido, en la solidaridad, se juega en definitiva el destino del hombre. (Ronchi, 2005, pp. 83-84).

Terminando el recorrido por la historia del pan en el seno de las grandes civilizaciones. En Roma se tardó en descubrir su elaboración a pesar de su largo y estrecho contacto con la civilización egipcia. Una vez aprendieron a cocerlo no tardaron en perfeccionar la técnica para la elaboración de panes creativos. Añadieron a los mismos una gran cantidad de aditivos, como las semillas, el arroz o la miel. A Roma se le reconoce como su gran “invento”, la creación de las primeras tahonas y el reconocimiento de la profesión de tahonero en el derecho laboral romano (Jacob, 2020). Si al pan ha sido tan importante en todas las grandes civilizaciones occidentales, ¿por qué ese desinterés de Noemí en el mismo? ¿Qué pasó en algún momento de finales del siglo XX para que una parte de la población diese de lado su consumo?

1. Cambios En El Pan Contemporáneo.

Habrà que retroceder a los inicios de la panadería contemporánea, muy beneficiada por el sistema capitalista de producción derivado de la revolución industrial, para encontrar los principales cambios del pan que llegan hasta la actualidad. El pan se convirtió en una masa para las masas, las grandes ciudades crecían y hacía falta alimentar a millones de bocas. Cualquier carestía de trigo era capaz de causar auténticas revoluciones en el pasado, como ocurrió con las revueltas del hambre. En una de ellas, a finales del siglo XVI, el arzobispo de Toledo excomulgó a la ciudad de Madrid por el trato que dispensó a las panaderas obligándolas a vender el pan por debajo de precio marcado por el trigo (Larrea, 2018).

En el presente, en especial desde el último tercio del siglo XX, la revolución industrial supuso la auténtica oportunidad para el pan. La industria contemporánea y la búsqueda eficiente y eficaz del coste/beneficio se verá reforzada por la aparición de grandes panificadoras industriales en detrimento del trabajo artesano de los 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, 2017, p. 16), supusieron un cambio que respondía a la necesidad de cubrir el gran consumo que se realizaba en las grandes urbes bajo nuevos discursos de origen científico e higienista en la búsqueda de un mayor control de la calidad desde el cereal hasta el pan (Jacob, 2020).

Aunque las panificadoras que vieron la luz a finales de la década de los 60 y principios de los 70 del siglo XX inundaron de pan las casas, todavía seguía habiendo pequeños obradores artesanos de pan. Noemí, recuerda cómo iba de pequeña a uno de ellos y veía al panadero con los sacos de harina desde la puerta. Este recuerdo lo une también

a su desaparición posterior y el nacimiento de ese otro pan que para ella dejó de tener significado:

Mi tía vivía en la calle Ópera 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. Luego, ya llegó el momento del pan en las gasolineras, la gente compraba el pan en la gasolinera, la baguette que te la daban caliente y engañaba y luego se quedaba un poco mal en el tiempo y decías, pero qué es esto. Y cuando fui a Panic y me compré uno de esos panes, claro dije: ¡ostras!, es que esto es pan, con esto me puedo hacer mi tostada del desayuno. Entonces, dejé de comprar el pan de molde y compraba ese pan.

El pan de masa madre representa una fusión entre lo antiguo y lo moderno. Aunque su técnica de fermentación se remonta a civilizaciones como la egipcia y la griega, hoy en día se ha reinventado con tecnologías avanzadas, como las cámaras de fermentación lenta. Este pan no solo ha revitalizado la industria artesanal, sino que también ha rescatado la conexión emocional que muchas personas tenían con el pan, devolviéndole su lugar central en la mesa y en la cultura alimentaria (Pastor, 2016).

2. (Re)Encontrando Un Nuevo Pan.

El primer contacto de Noemí con el “pan de masa madre” fue de casualidad, cuando pasó por la puerta de “Panic”, uno de los primeros obradores de “pan de masa de madre” que abrió sus puertas en Madrid finalizando el año 2013. Ese primer contacto de Noemí con el pan tuvo un efecto nostálgico para ella. De hecho, la nostalgia como categoría para la Antropología se ha utilizado en la construcción de relatos etnográficos sobre la memoria del hambre en la alimentación (Conde-Caballero et al., 2023), siendo también muy útil su uso en toda la revalorización que están teniendo algunos alimentos que habían dejado de tener una connotación simbólica como es el pan. La nostalgia con la que se viven ciertos alimentos, bien tiene que ver con un elemento como es la elección de la comida como objeto de estudio, y como estas elecciones revelan que existe una relación directa entre las costumbres alimenticias actuales y pasadas (Conde-Caballero et al., 2021). Por otro lado, la nostalgia puede manifestarse hoy en día de muy diversas maneras a través de una resignificación del pan de masa madre en la vida de las personas (Rivero-Jiménez et al., 2020). Desde una visión emic el consumo del “pan de masa madre” recrea un consumo de un pan que es heredero directo de otros panes

como sería el “pan de pueblo”. La nostalgia también incide en una percepción sobre cómo la comida en el pasado era más saludable ahora (Rivero-Jiménez et al., 2020), lo que estaría incidiendo en los discursos sobre lo que es bueno o malo comer en la actualidad. La centralidad que representa el pan en nuestra alimentación (Contreras, 2002; De Garine & De Garine, 1998; Mandianes, 1990; Velasco, 1990) no escaparía de esta visión sobre panes buenos o panes malos para comer dentro de la relación de la nostalgia y lo saludable para comer.

La nostalgia que Noemí asocia con el pan de masa madre puede entenderse a través del concepto de nostalgia reflexiva (Boym, 2001), que no solo idealiza el pasado, sino que también busca reconstruirlo en el presente. Para Noemí, el pan no es solo un alimento, sino un puente hacia su infancia, un tiempo en el que el pan tenía un significado cultural y emocional más profundo. Esta conexión entre pasado y presente refleja cómo los alimentos pueden funcionar como 'dispositivos de memoria' (Sutton, 2001), activando recuerdos y emociones que dan sentido a la experiencia actual. Uno de los efectos que tuvo para Noemí dejar de comer pan fue sustituirlo por otro tipo de alimentos que servían para acompañar la comida, como eran las tortas de arroz inflado. Cuando descubrió la existencia del “pan de masa madre” lo que hizo fue reintroducirlo en todas las comidas. Así me lo mostró ella misma en alguna de las fotografías que seleccionó en una entrevista de fotoelicitación que le realicé dentro de esta investigación². Podemos ver a continuación dos fotografías de dos platos con significados similares, pero también complementarios. Para Noemí una sopa de fideos (figura 1) tiene un significado que une la comida del presente con la del pasado y que, además, no solo le sirve para situar el pan de nuevo en el centro de la mesa, sino que incluso lo introduce directamente en el plato. El plato de quinoa y espinacas (figura 2) contiene un significado saludable. Por su trabajo de periodista está siempre fuera de casa y en ocasiones no puede comer todo lo bien que le gusta por lo que se preocupa realizar un ejercicio de alimentación consciente. Este plato sirvió para introducir otro aspecto fundamental en la resignificación de un alimento humilde como el pan, el precio, algo sobre lo que volveré más tarde. Así lo describe Noemí:

² Este artículo forma parte de los resultados de la investigación, con trabajo de campo en dos obradores de pan de la Comunidad de Madrid, para la realización del Trabajo Fin de Grado de Antropología Social y Cultural de la UNED. Dicho trabajo de campo se realizó durante los meses de marzo y abril de 2022.



Figura 1. Sopa de fideos con pan. Fuente: Noemí. Figura 2. Garbanzos con quinoa. Fuente: Noemí.

Sí, bueno yo me invento las recetas. No soy capaz de hacer dos recetas iguales a la vez. Yo ya, esa no sabría cómo hacerla, ni tengo idea de cómo la hice. Pero es como la cocina varío mucho, pero el pan no. El pan es ya el pan del obrador. Y siempre está en la comida presente. Entonces, esta sopa... pues cuando yo empecé a vivir sola pues me la hubiese tomado sola, pero con el pan del obrador ya me relajaba y tenía mi pan aquí, me sacaba mi tostadita. Entonces, este está tostado y este no, por ejemplo. Porque uno lo uso más afuera y el otro lo meto dentro porque ya se va haciendo como esos barcos que de pequeña hacía barcos.

Me alimento bien desde hace tiempo. Soy una persona que tengo una vida muy desordenada: viajar muchísimo, comer cualquier cosa, no comer, porque no te da la vida, porque estoy haciendo tal, grabando, y cuando te quieres dar cuenta, ha pasado un día entero, son las nueve de la noche, necesito comer algo porque me voy a caer. Entonces es verdad que cuando estoy en casa, desde hace 6, 7, más, 9 años sí que me preocupo por la alimentación. No estoy obsesionada, nada que ver con calorías, con tal, pero si puedo comprar a granel, compro a granel, si puedo comprar productos bio... o sea, yo me dejo dinero en la comida, a lo mejor no me compro ropa, tengo la ropa desde hace diez años, si me vale,

me va bien, sigo. Pero si me tengo que gastar 6 euros en un pan me los gasto, si me tengo que gastar 4 euros en unos tomates, me los gasto.

Ahora bien, el estudio etnográfico del pan no puede limitarse únicamente a su abordaje mediante una única categoría como la nostalgia. Es necesario buscar el carácter multidimensional que caracterizan los fenómenos sociales y culturales que abordamos desde la Antropología. El afecto y emocionalidad que demuestra Noemí por el pan tienen más caras de análisis que afianzan un acercamiento heterogéneo al consumo del pan. Destacaré en primer lugar la posición que han ocupado los nuevos obradores de “pan de masa madre” y, en segundo lugar, un tipo de afectividad emocional ligada a unas preferencias expresadas a través de un gusto y una distinción propia de un capital cultural y económico, como vimos en la viñeta etnográfica anterior, determinados (Bourdieu, 2016). Este tipo de preferencias se reflejan en cuatro características fundamental que debe tener el “pan de masa madre”: sensoriales, nutricionales, saludables y sostenibles (Pastor, 2016).

La nostalgia que Noemí asocia con el pan de masa madre no es un fenómeno aislado, sino que refleja una tendencia más amplia en la sociedad contemporánea. Como señala Appadurai (2013), los objetos no solo tienen una vida material, sino también una vida social que se construye a través de las prácticas y significados que les atribuimos. En este sentido, los nuevos obradores no solo son lugares de producción, sino también espacios donde se redefinen las relaciones entre productores y consumidores.

3. NUEVOS TEMPLOS PARA EL PAN

Los obradores de pan de masa madre han revolucionado la experiencia de comprar y consumir pan. A diferencia de las grandes fábricas, estos lugares permiten a los clientes ver cómo se elabora el pan, desde la preparación de la masa hasta su cocción en el horno. Esta cercanía entre productores y consumidores no solo refuerza la confianza en la calidad del producto, sino que también devuelve al pan su carácter artesanal y su valor simbólico en la vida cotidiana.

Estos nuevos obradores son el ejemplo perfecto de que el espacio es producido y reproducido social y culturalmente y se pueden utilizar como “instrumento de análisis de la sociedad” (Lefebvre, 2013, p. 93) dada la importancia que tiene como contenedor de un pan con nuevos significados. Según este autor, el espacio no es solo un contenedor físico, sino un producto social que refleja y condiciona las relaciones humanas. En este sentido, los obradores funcionan como 'templos' donde el pan adquiere un valor simbólico que trasciende su función alimentaria, convirtiéndose en un objeto de culto

que evoca tradición, autenticidad y conexión emocional. De hecho, tal vez el mayor significado de estos obradores podemos obtenerlo de unas instantáneas que me mostró Noemí, tomadas durante el confinamiento de la COVID en 2020 (figuras 3 y 4) y que me describió así:

Es en el confinamiento. Que compraba el pan y entonces, ahí se lo estoy poniendo en el ascensor a una amiga que vive unas calles más allá, porque estaba confinada más de lo normal y entonces traficábamos con pan. Hacía reparto, y ahí estaba haciendo el reparto a una amiga mía que estaba confinada y no podía salir. Esta cosa de, ¿qué necesitas Entonces, hace un tiempo podría ser: tráeme huevos, tráeme pan. Y aquí era: ¡pan, tráeme pan, necesito pan!. Yo lo llamaba el centro social de barrio. Quedabas como en plan, “vas a bajar a por el pan. Y encima, oliendo bien, la gente estaba feliz, sales con tu pan. Se formaban unas colas tremendas. Pero estábamos felices en la cola. Te venía el policía... y mire señor, lo siento, pero es que yo tengo que comprar el pan.

La imagen de la derecha ejemplifica cómo está construido el espacio de estos nuevos obradores. De un simple vistazo desde la misma puerta de la calle se puede ver todo el obrador, desde la zona de venta hasta el horno, corazón del obrador, con los y las panaderos y panaderas trabajando a un ritmo incesante. Esta es una característica a todos los nuevos obradores y lo que dota de contenido relevante, social y culturalmente, a los mismos a pesar de que en su estética unos u otros obradores puedan ser diametralmente diferentes. Es la experiencia del consumidor lo que dota de contenido y de esencia de ser al continente. Pero, lo más importante es que estos obradores han devuelto la elaboración del pan a la distancia cercana de los consumidores, una distancia que sin la mirada fija sobre el proceso de elaboración nada tendría sentido. Es un tipo de afectividad visual, también olfativa, que ayuda a resituar la importancia del pan en la alimentación de las personas, en contraste con ese pan industrial de las grandes panificadoras situadas en la periferia de las ciudades, muy en consonancia con la teoría de Edmund Leach (Leach, 2000) sobre la aversión y repugnancia de los alimentos. Dicho de otra forma, las panificadoras que vieron la luz hace cinco décadas, han contribuido a realizar un cambio en el significado simbólico del pan que ha supuesto que se haya alejado, tanto de los barrios de las ciudades y los pueblos, como de la centralidad que representaba su figura en la mesa. Para Noemí, encontrarse con estos

nuevos obradores supuso encontrarse con algo que ya había vivido antes, aunque de diferente forma:



Figura 3. Repartiendo pan. Fuente: Noemí.



Figura 4. Haciendo cola. Fuente: Noemí.³

No te voy a decir que me llevó a la tahona de mi niñez, pero sí hay una parte que sí me llevó porque tiene un punto como entre moderno e industrial... Panic era un poco eso, como la tahona de pequeña con los sacos de harina allí puestos. Se veían, veía al panadero de fondo. Panic tiene de fondo el obrador, como un cristal.

Los dos obradores en los que realicé trabajo de campo comparten un mismo tipo de pan de cara a los consumidores al que dotan de diferentes significados que derivan de la

³ Algunos de los materiales empíricos de este artículo han sido empleados en el análisis productivo del “pan de masa madre” en el artículo mencionado en la nota al pie 1. En este artículo se han empleado con el fin de analizarlos con una perspectiva diferente, tanto en el marco teórico como en el propio análisis realizado dando significados complementarios puesto que ambos artículos forman parte de una misma línea de investigación, pero abordan dimensiones diferentes entre la producción y el consumo de pan.

propia estética de los obradores. El Obrador San Francisco (OSF) se ve alargado desde la calle. De un vistazo se observan todos sus espacios: zona de la venta de pan, con maderas y ladrillo visto, materiales nobles, desnudos a la vista, como queriendo decir que no esconden nada, ni siquiera los ladrillos que hacen la estructura del edificio, el horno de 4 pisos, las mesas de trabajo, los sacos de harina, los banetones donde se da forma al pan, las cámaras de refrigeración para la fermentación retardada, etc. Brulèe es diferente, estéticamente hablando, del OSF. Partimos de un local de nueva construcción que ha sido diseñado desde el comienzo para poder ser un espacio funcional con vistas a su crecimiento. Lo más destacable, y que lo diferencia fundamentalmente con el OSF, es la zona de venta. Allí el pan se coloca como si fuesen piezas de joyería en una gran pared revestida de negro. Los huecos para el pan están iluminados con luces cálidas. Sobre el mostrador, detrás de una vitrina se colocan las pizzas de bollería y hojaldre. Los obradores se configuran como piezas clave dentro del proceso de gourmetización del “pan de masa madre”. Las diferentes características estéticas de los establecimientos producen discursos únicos en torno a los panes elaborados en cada uno de ellos. Estos discursos influyen en los consumidores, acercando el pan de forma afectiva y emocional, pero también incidiendo en cuestiones que tienen que ver con la distinción de las clases sociales y los diferentes tipos de capital desplegados en relación al gusto (Peña Jiménez, 2023).

El espacio no se entendería sin sus actores principales: los panaderos y panaderas que piensan y hacen el pan. Dentro de mi trabajo de campo me encontré una constante, la de profesionales de otros campos que abandonan sus puestos de trabajo para ser panaderos y panaderas: un topógrafo, una doctorada en Veterinaria, una higienista buco-dental, un biólogo, profesionales del marketing, etc. Siguiendo a Poulain (2016), se entendería como este proceso de gourmetización lleva aparejada también una revalorización de la propia profesión de panadero/a como una nueva clase creativa (Florida, 2010). Trabajadores con títulos formativos superiores “orientados a profesiones no sustituibles por máquinas y que requieren grandes dosis de autonomía e imaginación” (Zafra, 2021, p. 77). Estando esa revalorización, precisamente, en hacerse un hueco en la actualidad con el trabajo de sus manos y dominio de la técnica como “no sustituibles por máquinas”. Estando de acuerdo con Freire (2023) en que otra característica de los procesos de gourmetización es el dominio y perfección de la propia técnica de elaboración que hace del consumo de este tipo de pan un elemento distinguible a otros tipos de panes.

El significado social de los nuevos obradores y la revalorización de la profesión, la relación sensorial que se establece entre consumidores y panaderos dota de significados al pan. Del mismo modo que existió un templo a la Diosa del pan, Deméter, en la ciudad de Eleusis de la Grecia clásica (Jacob, 2020), o en Roma se elevaba a ciudadanos con derechos a los buenos panaderos, en la actualidad, estos obradores se constituyen, como dijo Noemí, en verdaderos “centros sociales del barrio”, en los nuevos templos del pan.

4. El Pan, Un Alimento Sostenible Y Gourmet

El consumo afectivo en torno al pan que estoy defendiendo no podría considerarse sin observar más dimensiones del mismo, e incluso el pan dentro de un consumo generalizado de productos que representan las cuatro características que mencioné anteriormente: sensoriales, nutricionales, saludables y sostenibles (Pastor, 2016). Es decir, el mundo del consumo para muchas personas se está convirtiendo, como dice Noemí en algo que “va todo unido. Y dentro de ese mundo de consumo, entra este pan”. Las características sensoriales, para ella, quedan definidas por los aromas del pan en la calle y en el obrador o lo estético, pero también lo saludable, de los platos, como cuando me describió el plato de garbanzos con quinoa:

Para mí, es mucho mi vida. Porque representa incluso la forma que hago la foto, es una foto hecha para mí, pero la tengo porque se la mandaría a algún colega en plan: mira lo que estoy comiendo. Pero para mí, el plato es un plato bonito. Y es un plato grande, y me hago un plato bonito, aunque me lo coma en el sofá. Pero me lo pongo bonito, y entra el pan, es estética, es que te entra la comida desde los ojos, es sano, porque es garbanzos, espinaca, quinoa, y no me da miedo mezclarlo con especias y tal. Y así introduzco el pan, que aquí está tostado.

Tal vez el aspecto más importante que Noemí ha desplegado en su vida a través del consumo del pan es que le hizo ser consciente de un mundo mucho más complejo que implica mirar lo local sin perder de vista lo global (Appadurai, 2013; Cruces Villalobos, 1997; Massey, 2012). Las múltiples conexiones que se encuentran en un acto tan mundano como es consumir pan le llevaron a replantearse por completo todo su sistema de consumo y, por lo tanto, de alimentación. De ahí, que defienda que lo sensorial, lo

nutricional, lo saludable y lo sostenible sean características entrelazadas que van mucho más allá de lo que se podría considerar una moda por el “pan de masa madre”.

Mi madre era de comprar en ECI. como mis padres tenían el bar en la calle Preciados, de alguna manera, sí que es verdad, mira hablándolo contigo... luego, estaba el Hipercor de Alcorcón que mi madre iba y ya era como esa gran compra que yo recuerdo llenar dos putos carros, de locos, porque mi madre era una loca de estas de hay que tenerlo todo. Pero como ya lo grande, el detergente y no sé qué... y luego la carne, era la galería comercial. Y en el caso de ECI de Preciados, para mí era como una tienda grande. Pero ahora, soy de pequeño comercio, sé que tal persona está apostando por este negocio, me va a costar 50 ctms 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. 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 soy de pequeño comercio, de conocer al tendero, que me diga que me llevo, que no. Quiero hacer este guiso, qué me das. Por eso me gusta cocinar también, y soy un poco loca en la cocina, pero porque también me dejo llevar por la intuición, pero tengo claro que los garbanzos quiero que sean garbanzos del campo de no sé dónde, intento comer de temporada. Entonces, eso lo llevo desde dentro, por eso no he introducido el pan hasta que he encontrado un pan que me sienta bien y que de alguna manera creo que es justo con la alimentación.

Podemos considerar, llegando a este punto, que Noemí a ritualizado el consumo del pan en su vida y le ha devuelto una centralidad que para ella ya tuvo en su niñez. Ha dejado de ser un alimento “para empujar” a ser el componente principal en la composición de los desayunos y comidas. Pero no solo eso, como indiqué anteriormente, también se lleva el pan de viaje y juzga los restaurantes por el tipo de pan que sirven en la mesa (Figura 5):

Cuando vamos de viaje vamos buscando panaderías. Y aquí fuimos a un restaurante que nos encantó, el pan era bueno en Grecia. Nos sorprendió. Y este pan por ejemplo nos sorprendió. Hicimos una cata de pan con aceite, bueno, en realidad era de aceite. Pero la he puesto, porque de las fotos que tengo de viaje que tengo de comida, en muy pocas hay pan, o es un pan memorable. Lo como, porque al final estoy acostumbrada a comer pan, empujar. Pero este, era un pan riquísimo, entonces es como que me gusta y me reconforta porque para mí es como que me lleva a casa. Al final esto es Grecia, es cultura mediterránea. Y como que, el ver que ese pan estaba ahí, y que estaba bien hecho, y que estaba rico, de alguna manera es como que este restaurante nos va a gustar. Es que, el pan es de las cosas primeras que te ponen antes de que llegue la comida. Yo me fijo en el pan de los sitios. Si veo un buen pan de entrada como que me relajo. La comida va a estar rica. Me puedo fiar. Si me ponen un pan de mierda, no digo que va a ser una mierda la comida, pero....



Figura 5. Pan en un restaurante de Grecia. Fuente: Noemí.

Queda clara la idea de que el consumo del pan de masa madre está comprendido dentro un mundo complejo de sensaciones y emociones. De un lado la nostalgia y, de otro lado, las características sensoriales, nutricionales, saludables sostenibles nos invitan a seguir

pensando en el proceso de gourmetización en el que está envuelto este tipo de pan. De un lado está la idea de cómo los restaurantes introducen panes de calidad entre los productos que ofrecen. Por otro lado, la idea de que por encima del precio, merece la pena consumir alimentos que aúnan otras cualidades organolépticas con un origen ecológico y un discurso sostenible. Algo que denota un tipo de cambio social en el consumo del pan en consonancia con alimentos gourmetizados como la patatera extremeña (Conde Caballero et al., 2023) o la algarroba (Pedret-Massanet et al., 2023).

5. Conclusiones

A través de la experiencia de Noemí, este artículo ha explorado cómo el pan de masa madre ha recuperado su centralidad simbólica en la vida cotidiana, no solo como alimento, sino como vehículo de memoria y conexión emocional. Conceptos como la nostalgia alimentaria (Boym, 2001) y la vida social de las cosas (Appadurai, 1986) han permitido comprender cómo los alimentos adquieren significados sociales y culturales que trascienden su función nutricional. Los nuevos obradores, entendidos como espacios sociales (Lefebvre, 1974), han jugado un papel crucial en este proceso, devolviendo al pan su carácter artesanal y su valor simbólico en un mundo cada vez más industrializado.

Lejos de reproducir simplemente una estética retro o un retorno nostálgico a lo tradicional, los nuevos obradores de pan de masa madre reconfiguran las ecologías cotidianas del consumo alimentario. Insertos en los barrios, estos espacios no solo acercan el pan físicamente, sino que generan nuevas formas de proximidad sensorial, social y simbólica. Más que “templos” del pan, son ensamblajes donde se tejen prácticas, memorias y afectos que resignifican lo artesanal como una elección situada frente a la producción industrial estandarizada. En ellos, el pan se hace visible, oíble, narrable, y eso lo transforma. No se trata solo de volver a hacer pan con las manos, sino de devolverle al acto de panificar —y al de consumir pan— su dimensión pública, relacional y política.

En estos nuevos espacios se ponen en juego las relaciones sociales entre los productores y consumidores originando un conjunto de significados diferenciados. En concreto para los consumidores se trata de una balanza entre la nostalgia y las características sensoriales, nutricionales, saludables y sostenibles. El pan, en tanto materia, no es más que el recipiente de las intenciones que los/as panaderos/as quieren darle en tanto nueva clase creativa que se configura a los ojos de los consumidores como una profesión revalorizada a través del trabajo de las manos, creativo e

imaginativo, en un mundo donde el trabajo de máquinas y logaritmos empiezan a sustituir las profesiones más diversas.

El pan, en tanto símbolo, se va llenado de significados desde el mismo momento que es pensado hasta el momento que es consumido. Nace la idea, se elabora con materias primas que van incorporando discursos ecológicos. Se vende en espacios construidos para seguir dotando de significados sociales el pan. Se consume y se re-introduce en la dieta de las formas más diversas, ganando de nuevo la centralidad de la mesa.

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 resituarlo dentro de un proceso complejo y multidimensional de gourmetización en el que se unen conocimientos, símbolos, ideologías e ingredientes. A diferencia del enfoque productivo del artículo anterior (mencionado en la nota al pie 1), este trabajo se adentra en la dimensión emocional y simbólica del consumo, mostrando cómo el pan de masa madre no solo es un alimento, sino un vehículo de memoria, identidad y conexión cultural.

Referencias

- Appadurai, A. (2013). How Histories Make Geographies: Circulation and Context in a Global Perspective. En *The Future as a Cultural Fact: Essays on the Global Condition*. (pp. 61-69). Verso.
- Arranz-Otaegui, A., Gonzalez Carretero, L., Ramsey, M. N., Fuller, D. Q., & Richter, T. (2018). Archaeobotanical evidence reveals the origins of bread 14,400 years ago in northeastern Jordan. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 115(31), 7925-7930. <https://doi.org/10.1073/pnas.1801071115>
- Barriga, X. (2017). La panadería del siglo XXI. *PAN*, 16-17.
- Bourdieu, P. (2016). *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Penguin Random House.
- Boym, S. (2001). *The Future of Nostalgia*. Basic Books.
- Conde Caballero, D., Rivero Jiménez, B., & Mariano Juárez, L. (2023). Tradition, upward social mobility, and sophistication: An ethnographic appraisal of the patatera. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 31, 100651. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2022.100651>
- Conde-Caballero, D. (ed.), Rivero Jiménez, B. (ed.), & Mariano Juárez, L. (ed.). (2023). *Vidas sin pan. El hambre en la memoria de la posguerra española* (D. Conde-Caballero, B. Rivero Jiménez, & L. Mariano Juárez, Eds.). Comares historia.
- Conde-Caballero, David., Rivero-Jimenez, Borja., & Mariano-Juarez, Lorenzo. (2021). Memories of hunger, continuities, and food choices: An ethnography of the elderly in extremadura (Spain). *Appetite*, 164, 105267. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2021.105267>
- Contreras, J. (2002). El pan y la evolución de la cultura alimentaria. *Nutrición y Obesidad*, 5.
- Cruces Villalobos, F. (1997). Desbordamientos. Cronotopías en la localidad tardomoderna. *Política y Sociedad*, 25, 45. <https://revistas.ucm.es/index.php/POSO/article/view/POSO9797230045A>
- De Garine, I., & De Garine, V. (1998). *Antropología de la alimentación: entre naturaleza y cultura*.
- Florida, R. (2010). *La clase creativa. La transformación de la cultura del trabajo y el ocio en el siglo XXI*. Paidós.

- Freire-Paz, E. (2023). Galician shellfish: Sustenance in poverty and a delicacy in affluence. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 31, 100654. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2022.100654>
- García, J. (2016). El pan, ¿nada más natural? *PAN*, 42-45.
- Jacob, H. E. (2020). *Seis mil años de pan. Su historia sagrada y profana*. Ediciones Espuela de Plata.
- Larrea, J. (2018). Pequeñas historias del pan. El abastecimiento de pan en Madrid en la Edad Moderna. *PAN*, 5, 48-51.
- Leach, E. (2000). *The Essential Edmund Leach*. Yale University Press.
- Lefebvre, H. (2013). *La producción del espacio*. Capitan Swing.
- Lejavitser, A. (2008). El pan y la sal: hacia una poética del gusto en el epigrama de Marcial. *Acta Poética*, 29(1), 203-222.
- Mandianes, M. (1990). Los muertos de Galicia se van de viaje comiendo pan. *Uomo*, 1, 75-83.
- Martínez Pérez, D. (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. Recuperado a partir de <https://recyt.fecyt.es/index.php/encrucijadas/article/view/95863>
- Massey, D. (2012). Un sentido global de lugar. En A. Albert & N. Benach (Eds.), *Un sentido global de lugar* (pp. 112-129). Icaria.
- Matvejević, P. (2013). *Nuestro pan de cada día*. El Acantilado.
- Pastor, J. (2016). El pan, nuestro querido compañero de viaje. *PAN*, 10-15.
- 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, 100677. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2023.100677>
- Peña Jiménez, L. (2023). Pastrami's gourmetisation in Jewish cuisine in Buenos Aires, Argentina. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 32, 100696. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2023.100696>
- Poulain, J. P. (2016). A gastronomização das cozinhas locais. En E. Woortmann & J. A. Cavignac (Eds.), *Ensaio sobre a Antropologia da alimentação: saberes, dinâmicas e patrimônios* (pp. 33-56). ABA PUBLICACOES, EDUFRN.

Rivero-Jiménez, B., Conde-Caballero, D., & Mariano-Juárez, L. (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, E. (2005). *El canto del pan*. Ediciones Sígueme.

Sastre Zarzuela, E., & Rollán Menéndez, M. (2006). *Del trigo al pan: un camino antiguo en la alimentación humana*. Junta de Castilla y León, Consejería de Agricultura y Ganadería.

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

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

Zafra, R. (2021). *Frágiles. Cartas sobre la ansiedad y la esperanza en la nueva cultura*. Anagrama.