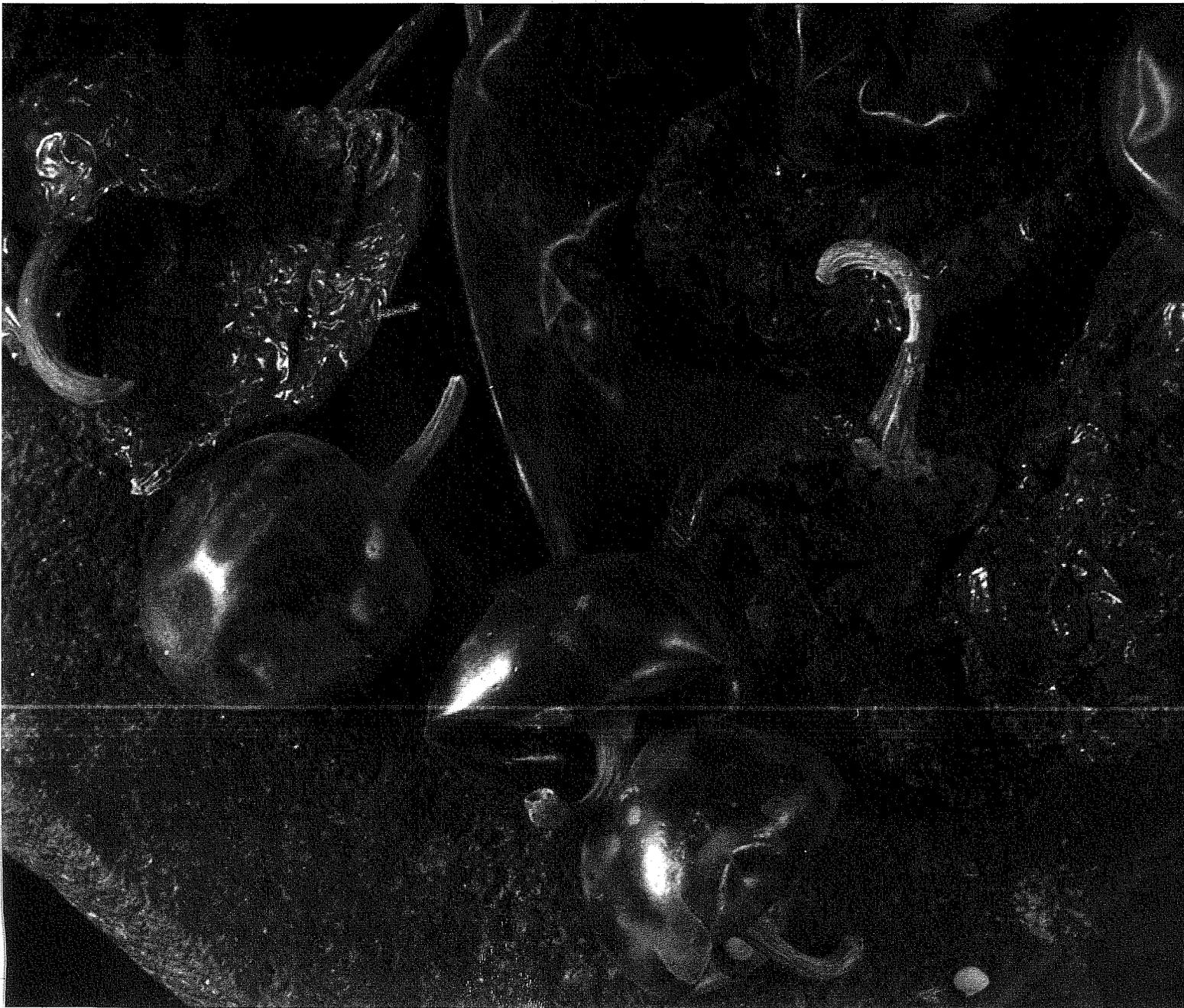


LOS RECETARIOS TRADICIONALES.
EL USO PUBLICITARIO
DE LA "TRADICIÓN"
EN LA ÉPOCA MODERNA

*Xavier Medina / **Frédéric Duhart



Durante casi todo el siglo XX, pero muy especialmente a lo largo de su segunda mitad, las transformaciones en el terreno alimentario se han sucedido progresivamente de manera cada vez más acelerada. En sociedades con mayor nivel de desarrollo socioeconómico, mercados bien abastecidos de productos alimenticios han implicado, en términos generales, disponer de una mayor producción y distribución de productos a nivel industrial y un acceso más fluido a buena parte de la comida a precios mucho más asequibles.

Pero por otro lado, dicha producción, más industrializada y masificada, se ha visto afectada en una doble vía: tanto por varios problemas de tipo sanitario (enfermedades, infecciones, etc.) asociados a su producción como, en consecuencia, por una cada vez mayor desconfianza de la población en relación con los alimentos que consumen.¹ Como señala Seppilli:² "Es imposible no exaltar las dudas y la sensación de peligro conectadas a la imposibilidad de control de amplios estratos de consumidores sobre los procesos de producción industrial." Asimismo, y según el antropólogo español Jesús Contreras, el público tan sólo tiene contacto con los elementos terminales de la cadena, es decir, los lugares últimos de distribución y los productos. Ello implica que, en el caso de la alimentación, "se da por supuesta la confianza en los extraños, obviando el desconocimiento de los procesos llevados a cabo por los expertos, en quienes se delega el control de las diferentes fases del proceso que se extiende desde el pasto hasta el plato, de la estabulación al *catering*, del laboratorio a la fábrica y al hipermercado".³ El consumidor, en definitiva, se aleja cada vez más de la producción del alimento y pierde control e información sobre la misma.

Ante este tipo de situaciones, la opinión pública manifiesta ampliamente y de distintas maneras los miedos e inquietudes que le asaltan. En palabras del antropólogo norteamericano Sydney Mintz, "la historia reciente y los *mass media* nos 'preparan' para una catástrofe medioambiental. Estamos dispuestos a descubrir impureza a cada paso, a ser amenazados por la impureza a cada momento."

El desconocimiento ante los procesos de producción mencionados, ante la transformación de los alimentos, hace desconfiar al consumidor de los procesos

¹ En tono irónico, un periodista citaba recientemente en la prensa española, en uno de sus artículos de opinión sobre las nuevas crisis alimentarias: "La diferencia entre los países ricos y los países pobres está en que en los primeros las gentes no saben lo que comen y en los segundos, no saben cuándo van a comer."

² Tullio Seppilli, "Consumo di pane nella società dei consumi", en Papa, Cristina (ed.), *Antropologia e storia dell'alimentazione. Il pane*, Electa Editori Umbri, Perugia, 1992, p. 203.

³ Amado Millán, "Malo para comer, bueno para pensar: crisis en la cadena socialimentaria", en Mabel Gracia (coord.), *Somos lo que comemos. Estudios de alimentación y cultura en España*, Ariel, Barcelona, 2002, p. 280.

* Presidente de la representación española de la International Commission of Anthropology of Food (ICAF-España).

** Miembro del Institut Européen d'Histoire de l'Alimentation (IHEA).

industriales y de los intermediarios que los crean, transforman, envasan, transportan. Y una de las más importantes consecuencias de ello es un intento cada vez mayor, por parte del consumidor, de recuperar el control, de volver, aun mentalmente, hacia aquellas etapas en las que dicho proceso era más o menos conocido, etapas en las cuales el proceso industrial se encontraba más controlado, en que las cosas eran "puras", "sanas", "naturales", "auténticas", y se hacían manualmente, con tiempo, a la manera —en definitiva— "tradicional". Señala el ya mencionado Sydney Mintz: "Mucha de nuestra añoranza por lo que es puro —agua, aire, verduras, frutas— mira con nostalgia hacia un pasado cada vez más en vías de desaparición." Un pasado que aporta calidad y naturalidad a un incierto presente.

EL TIEMPO DE LA TRADICIÓN

El tiempo evocado por la tradición se pierde más allá de la memoria, más allá de lo que socialmente es posible recordar y afirmar, e incluso, en ocasiones, más allá de los confines de la imaginación mítica. Sin embargo, es un tiempo aceptado colectivamente como perteneciente, e incluso iniciador de la memoria colectiva. De este modo, es proyectado desde el pasado para legitimar y justificar el presente.

Pero esta tendencia, esta "búsqueda" de lo natural, de lo artesanal, por parte de los consumidores, no ha pasado desapercibida para los diferentes actores sociales implicados en este proceso: instituciones públicas y privadas, productores, industriales, comerciantes, publicistas, editores, restauranteros, promotores turísticos. Al mismo tiempo que el consumidor busca recuperar el control sobre lo que come, desde el otro lado de la barrera comercial se ha buscado cada vez más ofrecer al público una mayor información sobre el producto ofertado, que nos lleve hasta "su origen", y que destaque elementos "tradicionales" y "artesanales". De este modo, se da al consumidor lo que busca, tranquilizando conciencias, al mismo tiempo que se reafirma la tendencia hacia lo "tradicional" y lo "natural".

Asimismo, otro aspecto importante relacionado con la construcción de la tradición es el de la referencia a la memoria vivida, el recuerdo, la memoria gustativa, los sabores, los colores y los olores de la niñez. Tal como mostró magistralmente la escritora mexicana Laura Esquivel en su famosa novela *Como agua para chocolate*,⁴ las identidades personales tienen también como punto de referencia la alimentación, la "tradición alimentaria". Así, ésta aparece estrechamente vinculada al pasado de los individuos. Todos los recuerdos remiten, más que a acciones o palabras, a olores y sabores. Cuando en la novela citada Gerturdis se va de la casa materna, se lleva con ella su plato preferido, el que Tita (la hermana cocinera y protagonista de la novela) le ha preparado y que está indisolublemente ligado a los recuerdos de su infancia. Así, dice: "No iba cabalgando sola, llevaba a su lado, en la alforja, su niñez encerrada en un frasco de torrijas de nata."

Pero no podemos olvidar que, al igual que cualquier otro aspecto de las culturas, nada es estático, sino dúctil y en continua reelaboración, recreación. De este

⁴ Sobre esta entrañable novela, y en relación directamente con el tema de la alimentación, llevamos a cabo un análisis hace ya unos años desde una perspectiva tanto antropológica como literaria (cf. Guillamón y Medina, 1994).

modo, la tradición también se construye, se "crea" y se "recrea" cada día. Así, por ejemplo, una estrategia que las cadenas de comida rápida han tenido en cuenta para asegurarse una clientela futura ha sido precisamente la de fidelizar a sus clientes desde niños, haciéndoles integrar los sabores y aromas del *fast food* como parte de su pasado, de su "tradición" alimentaria personal. Como destaca el escritor norteamericano Eric Schlosser en relación con los establecimientos de *fast food* en los Estados Unidos, los "sabores de los alimentos de la infancia parecen dejar una marca indeleble, y los adultos suelen volver a ellos sin que en muchas ocasiones sepan por qué. Estos 'alimentos reconfortantes' se convierten en una fuente de placer y de sosiego, un hecho que las cadenas de comida rápida se esfuerzan en proporcionar. Los recuerdos infantiles de los menús *Happy Meal* se pueden traducir en frecuentes visitas a los McDonald's en la edad adulta, como las de los denominados usuarios masivos, es decir, los clientes que comen allí cuatro o cinco veces por semana."⁵

PUBLICIDAD, ALIMENTACIÓN Y CONSTRUCCIÓN DE LA TRADICIÓN

Un ejemplo claramente significativo de la tendencia a ofertar tradición al consumidor puede ser el de la publicidad alimentaria.⁶ La publicidad, como medio de comunicación directo y dirigido hacia el público, juega un papel especialmente interactivo con el consumidor. Por un lado, ofreciéndole toda una gama de posibilidades a su alcance pero, por otro, asumiendo y jugando con los condicionamientos culturales que influyen, sin lugar a dudas, en la elección alimentaria.

Desde esta perspectiva, la presencia y la búsqueda de la tradición, las referencias al pasado, a los orígenes culturales de los alimentos promocionados, se han convertido desde hace tiempo en un recurso de especial consenso y efectividad, particularmente en lo que a los productos alimentarios se refiere. De este modo, el recurso y la referencia a la "tradición" es uno de los principales focos promocionales de las diversas campañas publicitarias, ya sean institucionales o privadas, llevadas a cabo por las diversas empresas productoras de alimentos. Los ejemplos son numerosos a todos los niveles. Mencionaremos tan sólo algunos, procedentes de la publicidad alimentaria española, como simple muestra de la tendencia mencionada:

Una conocida multinacional del sector lácteo promovía de esta manera dos de sus productos estrella (las cursivas son nuestras): "El yoghourt a la *receta tradicional griega*, es un producto para los que aprecian el sabor auténtico y la textura más cremosa de este alimento *base de la cultura mediterránea*." "Hay costumbres que se mantienen arraigadas y fuertes a través de los años. Como la cuajada, nuestro gran postre. Cuajada [marca]. Como de costumbre."

Igualmente, una marca de confituras del sur de España promocionaba así sus productos: "Auténtica mermelada de melocotón elaborada artesanalmente. Fundada en 1834. Las mermeladas [marca] son elaboradas *como se ha hecho durante*

⁵ Eric Schlosser, *Fast food. El lado oscuro de la comida rápida*, Grijalbo, Barcelona, 2001, p. 175.

⁶ No nos extenderemos excesivamente en este punto, ya que hemos dedicado a su análisis algunos artículos anteriores. Para una visión general del tema en relación con la alimentación y la promoción publicitaria de la construcción de la tradición en el área mediterránea, puede verse el artículo "Mediterranean Food: The Return of Tradition" en *Rivista di Antropologia* (núm. 76), Roma, 1998. Una visión del tema, desde una perspectiva distinta aplicada al tema de la utilización del color como elemento de construcción de la tradición en la alimentación contemporánea, puede leerse en F. Xavier Medina, "El color de la tradición. Color y construcción del pasado en la publicidad alimentaria", en Barusi, Angela, Medina, F. Xavier y Colesanti, Gemma (eds.), *El color en la alimentación mediterránea. Elementos culturales y sensoriales de la nutrición*, Icaria, Barcelona, 1998.

más de 160 años, usando siempre frutas selectas de primera clase. El *ari sanal* proceso de fabricación permite conservar la *textura, el color y el aroma natural* de las frutas empleadas y presta a las mermeladas un sabor *realmente casero*."

Una marca de agua mineral promociona así su agua embotellada: "Una leyenda de pureza. [Marca] ha simbolizado la máxima pureza del agua mineral *desde épocas anteriores al Imperio Romano*."

Y una marca de vino de mesa ofrece: "Desde 1890, cuatro generaciones de artesanos-viticultores de [nombre de la empresa] hemos conservado toda una *tradición* de calidad. [...] *Hoy día el vino [marca] es el mejor fruto de esos 100 años de historia*. Un vino elaborado a base de mosto virgen de acuerdo con nuestros más rigurosos *cánones artesanales*[...] Por eso [marca] es el vino más vendido en España[...]"

No nos extenderemos más sobre este particular al que, como hemos dicho arriba, nos hemos dedicado más extensamente en otros lugares. Los pocos ejemplos utilizados —podrían citarse muchísimos más— nos sirven únicamente como punto de referencia sobre una tendencia que se ha extendido ya social y culturalmente a todos los niveles en relación con la alimentación, y que tiene su consecución en diversos otros ámbitos, algunos de los cuales revisaremos en las líneas que siguen.

LOS RECETARIOS TRADICIONALES: VALORACIÓN Y RECUPERACIÓN

No es de extrañar, desde la perspectiva que hasta el momento hemos venido analizando, que los recetarios tradicionales se hayan puesto de moda e, incluso, en algunos casos, hayan llegado hasta lo más alto de las listas de ventas de libros —al menos, así ha sido en el caso español—. Pero, ¿qué es lo que podemos encontrar hoy en las librerías bajo la definición de "recetarios tradicionales"? Una amplia selección de libros de muy diversos tipos. Sin ánimo de resultar exhaustivos, y *grosso modo*, podemos exponer algunos de los tipos más significativos en España:

- Recetarios actuales de cocina tradicional, a cargo de cocineras y cocineros populares (aunque principalmente mujeres), amas de casa con reputación de buenas cocineras, etcétera.

- Reedición de antiguos recetarios, principalmente del siglo XIX y principios del XX (aunque también algunos anteriores al XIX), con recetas de época, unas veces adaptadas al momento actual, aunque en buena parte simplemente reeditados o, incluso, en edición facsímil.

- Reedición de algunos de los grandes recetarios de la antigüedad, algunos en edición popular (como es el caso del romano de Apicio del siglo I a. de C., y de otros de cocina medieval o de la Edad Moderna), o libros de autor basados en dichos recetarios y que actualizan o comentan las recetas que en ellos pueden encontrarse.

- La cocina de los monasterios: ante el éxito de algunas iniciativas de llevar a las librerías las recetas de frailes y monjas de los monasterios españoles, la cocina monacal y sus "secretos" ha invadido las librerías con sus volúmenes.

- Visiones e interpretaciones de los grandes cocineros actuales —principalmente españoles, aunque no únicamente— sobre la cocina tradicional, pasada, sin embargo, por el tamiz de la creatividad de la cocina de autor de cada uno de estos profesionales.

- Libros de cocina saludable que buscan los elementos más significativos ligados a una alimentación sana y equilibrada en recetarios de origen tradicional, seleccionando aquellas recetas que conjuguen más significativamente salud con tradición.

No debemos pensar que el fenómeno descrito es simplemente un hecho anecdótico. Como ejemplo, y en relación, tan solo, con uno de los *items* expuestos en la clasificación anterior, el de la cocina monacal, podemos observar que, en una simple visita a la página web de una librería española por correo, podemos encontrar más de una veintena de títulos que se refieren a este tipo de cocina —cuyo "saber", tal como se indica en algunas promociones editoriales, ha sido "extraído" de los monasterios y conventos y "llevado" hasta el gran público—, con títulos como *Cocina monacal*, *Los mejores postres del monasterio*, *La cocina de los monasterios*, *La cocina de las monjas*, *La cocina de los conventos*, *Las mejores recetas de los monasterios españoles*, *La cocina de los monjes*, *Las recetas de la abadesa*, y *La cocina del cielo*.

Hay todo un mercado con interés por las recetas de estas instituciones eclesíásticas cuyo fondo nos lleva hasta un imaginario colectivo en el cual la elaboración de las recetas y de los platos viene, de muy antiguo, transmitida dentro de la orden; hasta la idea de una elaboración cuidada y sana (en muchos de los casos unida también a la idea de productos propios, cultivados o preparados en el mismo monasterio); hasta la fama de buena cocina relacionada con los conventos y monasterios, con productos especialmente renombrados como postres diversos y dulces, licores, etc., que incluso se han dedicado a la venta exterior; y, finalmente, todo ello unido a la sensación y a la idea de "secreto" y de aislamiento que representan algunas de estas órdenes, muy especialmente, por supuesto, las de clausura.

En tal panorama, algunos de estos libros de cocina se han convertido, como decíamos, en auténticos *best-seller*, con varias ediciones y hasta traducciones a otros idiomas. Incluso algún autor, en este caso autora, Sor María Isabel Lora, del monasterio aragonés de las Madres Dominicas de Nuestra Señora del Rosario (Daroca, Zaragoza), ha llegado a convertirse en una reconocida celebridad, con —hasta el momento— nada menos que cuatro libros de cocina monacal en su haber.

Según señala la crítica gastronómica Alicia Torrecassana⁸ (2003), en España hay "alrededor de mil conventos que sobreviven gracias a actividades gastronómicas, que significan una importante fuente de ingresos. De ellos, unos 300 viven de la elaboración de dulces que, aunque no muy lucrativa, es ya toda una tradición que se ha mantenido en algunos casos durante siglos." Hay que destacar que la mayoría vende sus elaboraciones en el propio establecimiento religioso. Sin embargo, el auge de este tipo de productos ha llevado a la apertura de diversos establecimientos que se dedican a la venta y/o a la degustación de productos elaborados en monasterios,⁹ e incluso a la creación de una feria específica: Expoclausura, de reciente creación, supone una gran

⁸ Alicia Torrecassana, "Dulces y licores monacales", en www.accua.com/gastro/conten/GAS514.asp, 5 de noviembre de 2003.

⁹ Este es el caso, por ejemplo, de un popular establecimiento: tienda de venta de productos, y cafetería-degustación que abrió hace ya unos años en el centro histórico de la ciudad de Barcelona, y que ha visto con el tiempo crecer tanto su clientela como, recientemente, sus instalaciones, para dar cabida a un público numeroso que busca cada vez más este tipo de productos (dulces diversos, chocolates, pasteles, vinos, licores...).

oportunidad para el gran público de conocer los manjares que se preparan en toda la geografía española. Desde esta perspectiva, no es de extrañar que el valor concedido a los recetarios tradicionales de conventos y monasterios se encuentre también plenamente en auge y constituya verdaderos éxitos editoriales.

MODERNIDAD DE LOS RECETARIOS TRADICIONALES

Ante esta panorámica nos surgen algunas preguntas: ¿Por qué este auge de los recetarios tradicionales? ¿Por qué precisamente en un momento como el actual, en el cual la diversidad alimenticia y el abastecimiento se encuentran más asegurados que nunca en sociedades desarrolladas como las europeas?

Dichas preguntas admiten, por supuesto, diversas respuestas. La hipótesis aquí aventurada, sin embargo, es que estos recetarios cumplen realmente las expectativas de una demanda social creciente. Efectivamente, ante el alejamiento del consumidor de los distintos procesos de producción de la cadena alimentaria, y ante un deseo cada vez mayor de control, de retorno a lo tradicional, a lo puro, a lo sano en alimentación, se valoran también cada vez más todos aquellos alimentos y maneras de hacer que se alejan de lo industrial, que muestran los procedimientos de los guisos "clásicos", que recuperan sabores "de antaño", que ofrecen recetas —como en el caso de los monasterios y conventos— de siglos atrás.

La valoración actual de los recetarios familiares de abuelas y madres, nos lleva en un mismo sentido. Sin embargo, buena parte de estos recetarios, de fórmulas familiares, han sido normalmente de tradición oral, de madres a hijas y a nietas, y no han sido jamás escritos. Especialmente en sociedades urbanizadas, en las cuales los individuos se han abocado progresivamente a una educación y a una acumulación de saber principalmente pública, procedente de las escuelas o de las facultades y así como cada vez más audiovisual y tecnológica, dichos "saberes" familiares, antaño fácilmente transmisibles, han sido dejados de lado o minusvalorados en el "mundo moderno", perdiéndose en ocasiones buena parte de ellos.

En este sentido, la publicación de los recetarios "tradicionales" que el mundo editorial ha actualizado y distribuido puede en parte venir a suplir, quizás, a nivel individual y/o familiar, este deseo de retorno a las antiguas recetas, esta valoración de lo "entrañable", en definitiva: de lo perteneciente a la *tradición*.

Sin embargo, y a pesar del renovado interés, algunos "saberes" culinarios, e incluso determinados productos —algunos de los cuales se encuentran en recetarios antiguos— se han perdido o han dejado de utilizarse quizás definitivamente. El ejemplo de lo expresado en un nuevo recetario tradicional de cocina de Extremadura puede ser revelador a este efecto:

El avance en los transportes y en la industria del frío ha dado lugar al desplazamiento del gusto tradicional por los peces de río o charca hacia el consumo de los de mar, de tal manera que hoy se da la triste circunstancia de que la mayoría de las amas de casa, por una mal entendida sofisticación, por errónea comodidad

o quizás por simple ignorancia, no saben qué hacer cuando éstos llegan a sus manos, desaprovechando con ello una fuente barata de proteínas que en gran medida debe tener una calidad nutritiva y de frescura muy superior a la de aquéllos.¹⁰

COCINA TRADICIONAL Y RESTAURACIÓN: LA BÚSQUEDA DE LAS RAÍCES CULINARIAS

Otro ámbito en el cual puede comprobarse la influencia que genera el deseo por consumir alimentos y platos "tradicionales", es el de los restaurantes. Su interés por ofrecer al público platos elaborados "artesanalmente", procedentes de recetas "tradicionales", vinculados a un territorio específico, con "productos de la tierra", etc., sigue una creciente demanda.

Elena Espeitx¹¹ señala, en relación con los productos de la tierra, que "aparece como un aspecto central la concepción que de su relación con la naturaleza tiene la sociedad" en tanto que receptora —e intérprete— del mensaje. Se trata, por lo tanto, y a nivel de imaginario popular, de productos "sanos", cultivados con un "saber antiguo", producidos a la manera tradicional y controlables de algún modo por el consumidor, en definitiva.

El gusto por los productos de la tierra ha revivido, *patrimonializando*¹² e incorporando, a menudo oficialmente y bajo la etiqueta de diversas denominaciones de origen (DO), aquellos alimentos considerados "propios", "nuestros". Por otro lado, y a través de la patrimonialización del alimento, se da una vinculación simbólica de éste con el consumidor, al mismo tiempo que, delimitando y "controlando" el origen, se aumenta el índice de confianza de este último con respecto a aquello que ingiere.¹³

Dicho fenómeno, con todas las implicaciones políticas y económicas que conlleva, se enmarca en buena parte en aquello que el antropólogo italiano Tullio Seppilli¹⁴ ha dado en llamar, también en relación a la alimentación, un *revivalismo rural-folklórico*: "existe una verdadera corriente cultural que reclama de manera específica valores como la genuinidad, la naturalidad, la ruralidad, el localismo, la tradición. La incorporación de los alimentos pone de relieve un juego de valores psicológicos profundos ligados a los mecanismos personales de la identidad, de la radicación[...]"

Diversos ejemplos de restauranteros pertenecientes a Francia y a España, pueden ilustrarnos sobre este hecho. Así, el chef Alain Darroze (Laàs, Departamento de los Pirineos Atlánticos, Francia), y según destaca la escritora Marie-Luce Cazamayou¹⁵ se ha forjado ya en su país una imagen como defensor de la tradición.

Alain Darroze [...] tiene una verdadera pasión por la cocina "de la tierra", y deplora que se llame así a platos que incluyen alimentos extranjeros como el cordero de Nueva Zelanda. Milita en favor de productos de calidad, de proximidad, de los que el cocinero es el defensor, manteniendo de este modo los esfuerzos de los verdaderos productores. [...] Darroze ha creado una asociación llamada SOS

¹⁰ Recetario extremeño, en <http://bigote.virtualave.net/caceres/Gastronomia/index.html>.

¹¹ Véase Elena Espeitx, "Los nuevos consumidores o las nuevas relaciones entre campo y ciudad a través de los productos de la tierra", en *Agricultura y Sociedad*, (núm. 80-81), Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, Madrid, 1996, p. 83.

¹² Como señala Prats (1996:296): "se patrimonializa para avalar una determinada versión de la identidad o para representar y vender una determinada versión de la identidad (o, en una u otra proporción, para ambas cosas)".

¹³ Véase F. Xavier Medina, "Alimentación mediterránea, patrimonio y tradición. Una visión desde la antropología", en Roque, María-Ángels (ed.), *Nueva antropología de las sociedades mediterráneas*, Icaria, Barcelona, 2000.

¹⁴ Seppilli, Tullio, "Consumo di pane nella società dei consumi", en Papa, Cristina (ed.), *Antropologia e storia dell'alimentazione. Il pane*, Electa Editori Umbri, Perugia, 1992, p. 203.

¹⁵ Cazamayou, Marie-Luce, *Promenades et art de vivre en Béarn et en Pays Basque*, Tournai, París, 1998, pp. 65 y 66.

Racines [SOS Raíces], destinada a la defensa y a la promoción de los sabores "de la tierra" y es autor de una obra que muestra su compromiso con una cierta idea de "terruño".¹⁶

Pero la importancia de la transmisión familiar juega también un importante papel. Así, y según destaca la misma escritora, el chef vasco-francés André Darraidou, de la localidad de Espelette en el País Vasco continental, comenta: "He aprendido a cocinar con mi madre y mis abuelas. Yo elaboro únicamente la cocina tradicional de las familias, los platos del campo, mis clientes lo saben y vienen por eso."¹⁷ Igual podemos decir de un chef catalán que recientemente entrevistamos, quien afirma hacer "La cocina que hacía mi abuela, y que le enseñó a mi madre, y que mi madre me enseñó a mí. La tradición se transmite a través de las generaciones, y esa es una riqueza que tenemos no sólo que aprovechar y que disfrutar, sino también que transmitir nosotros mismos a nuestras generaciones futuras."

La "tradición", entendida como enraizamiento, tiene un papel importante en la cocina que se lleva a cabo actualmente. Los chefs, las declaraciones que hemos expuesto, muestran su interés por la cocina "heredada": un bien que nos ha llegado desde el pasado, y que hay que transmitir hacia el futuro.

Interrogado este último cocinero catalán sobre la manera en que dichos recetarios le han sido transmitidos, comentaba: "¡De memoria! Mi abuela era una gran cocinera, pero nunca escribió ni una sola receta. Ella enseñó a mi madre en la cocina, y mi madre lo aprendió. Y yo lo aprendí también en la cocina, practicando, observándolas cuando era pequeño [...] Más tarde, yo escribí algunas de las recetas. Pero lo hice yo porque quise, porque quería conservarlas, casi por fetichismo, no sé... Pero [...] la transmisión ha sido siempre de palabra [...]"¹⁸

Hay que destacar que la tradición oral es de tenerse en cuenta en los distintos recetarios familiares. En relación con las cocinas y con las cocineras más populares, no podemos olvidar que estamos hablando en muchas ocasiones de clases de baja extracción social y, por lo tanto, iletradas. Y de ahí la importancia de la oralidad. Un informante, también cocinero en Barcelona, nos comentaba al respecto: "Mi abuela jamás escribió una sola receta. Se lo enseñó todo a mi madre y a mis tías, probando, explicando. Sabía escribir, pero sólo de manera más o menos funcional. Para ella, las recetas se hacían de cabeza, y a ojo. Decía siempre que en un plato, hay que echar [los ingredientes] a ojo e ir probando. Y en buena parte tenía mucha razón. ¿Cómo interpretas tú, si no, cuánto es una pizca, un puñadito[...]"¹⁹

Algunos recetarios de tradición oral de las abuelas, de las madres, transmitidos en ocasiones a través de generaciones, se han convertido en la base de la cocina de algunos restaurantes que han asentado su originalidad, precisamente, en este tipo de elaboraciones tradicionales que, conservadas y patrimonializadas, han sido puestas a disposición de un público que las demanda cada vez más. Un cocinero del Périgord (Francia), comenta en este sentido: "Yo lucho contra la pérdida y la mundialización del gusto y por el mantenimiento de una verdadera cocina original, como los antiguos nos la enseñaron; eso es el patrimonio."²⁰

¹⁶ Tal como expresa en su obra *Touch'pas mon ortolan* (Darroze, 2000).

¹⁷ Cazamayou, Marie-Luce, *Promenades et art de vivre en Béarn et en Pays Basque*, Tournai, Paris, 1998.

¹⁸ Entrevista realizada en Barcelona en septiembre de 2003, p. 128.

¹⁹ *Ibidem*.

²⁰ Jacinthe Bessière, *Valorisation du patrimoine gastronomique et dynamiques du développement territorial. Le Haut plateau de l'Aubrac, le pays de Roquefort et le Périgord Noir*, L'Harmattan, Paris, 2001, p. 256.

BIBLIOGRAFÍA

Berasategui, Martín, *Calendario de nuestra cocina tradicional hecha para las gentes de hoy*, Donostia, Aurrera, 2003.

Bessièrre, Jacinthe, *Valorisation du patrimoine gastronomique et dynamiques du développement territorial. Le Haut plateau de l'Aubrac, le pays de Roquefort et le Périgord Noir*, L'Harmattan, París, 2001.

Cáceres, Juanjo, y Elena Espeitx, "Riesgo alimentario y consumo: percepción social de la seguridad alimentaria", en Gracia, Mabel (coord.) *Somos lo que comemos. Estudios de alimentación y cultura en España*, Ariel, Barcelona, 2002.

Cazamayou, Marie-Luce, *Promenades et art de vivre en Béarn et en Pays Basque*, Tournai, París, 1998.

Darroze, Alain, *Touch'pas mon ortolan*, Atlantica, Biarritz, 2000.

Espeitx, Elena, "Los nuevos consumidores o las nuevas relaciones entre campo y ciudad a través de los productos de la tierra", en *Agricultura y Sociedad*, (núm. 80-81), Ministerio de Agricultura, Pesca y alimentación, Madrid, 1996.

Guillamón, Elodia y F. Xavier Medina, "Sexo y gastronomía: Como agua para chocolate", en *Generació* (núm. 4), Barcelona, 1994.

Medina, F. Xavier, "Mediterranean Food: The Return of Tradition", en *Rivista di Antropologia* (núm. 76), Roma, 1998.

Medina, F. Xavier, "El color de la tradición. Color y construcción del pasado en la publicidad alimentaria", en Barusi, Angela, Medina, F. Xavier y Colesanti, Gemma (eds.) *El color en la alimentación mediterránea. Elementos culturales y sensoriales de la nutrición*, Icaria, Barcelona, 1998.

Medina, F. Xavier, "Alimentación mediterránea, patrimonio y tradición. Una visión desde la antropología", en Roque, María-Ángels (ed.), *Nueva antropología de las sociedades mediterráneas*, Icaria, Barcelona, 2000.

La utilización de recetarios "tradicionales", familiares en buena parte, en los casos citados muestra un gran enraizamiento, un gran respeto por el pasado, pero también continuidad y actualidad dinámicas, ya que, a pesar de no tratarse de una cocina actual ni "evolucionada" en términos actuales, estos platos no han dejado de elaborarse ni de valorarse, ocupando su lugar tanto en el imaginario popular como en la demanda del público.

Incluso algunos de los grandes chefs de la cocina internacional actual, como el muy conocido cocinero vasco Martín Berasategui, se han expresado de este modo en relación con la cocina tradicional. Así, en su último libro, titulado *Calendario de nuestra cocina tradicional hecha para las gentes de hoy*, la publicidad editorial se expresa del modo siguiente:

Conservar los secretos de la cocina tradicional, acercarlos a la cocina de hoy y deleitarnos con sus sabores, está ahora un poco más cerca gracias a la labor realizada por Martín Berasategui. *Calendario de nuestra cocina tradicional hecha para las gentes de hoy* es [...] mucho más que un simple recetario. En esta obra se encuentran los grandes ingredientes, las técnicas y procesos de elaboración descritos de forma clara, ordenada y precisa. Un libro para ser consultado, para utilizar y sacarle partido rescatando el sabor de las cocinas de otros tiempos. Según Martín Berasategui, su objetivo al elaborar esta obra ha sido "buscar a cada ingrediente, a cada proceso de elaboración, su aplicación dentro de mi manera de ver las cosas como cocinero y transmitirlo a mis más estrechos colaboradores". *Calendario de nuestra cocina...* nace pues, con el afán de conservar celosamente nuestra cocina tradicional y disfrutar con su lectura y sus enseñanzas culinarias.

Un caso distinto es el de aquellos restaurantes (como uno situado en una pequeña localidad de la Provenza francesa, u otro en la ciudad aragonesa de Zaragoza) que se han dedicado únicamente a la recuperación específica de recetarios antiguos, como el romano de Apicio (siglo I a. de C.), elaborando únicamente platos romanos, intentando recuperar los alimentos originales e intentando elaborar las recetas de la manera más próxima a la original. La recuperación de los recetarios antiguos adquiere en este último caso una significación especial en la búsqueda de los orígenes más "clásicos" de las actuales cocinas occidentales.

De todos modos, es necesario señalar que, dentro de las mismas sagas familiares de restauranteros, existen distintas formas de observar la "tradición" en la elaboración de los platos. En el restaurante Chez Arrambide, de la localidad francesa de Saint-Jean-Pied-de-Port, regentado por dos generaciones de cocineros (padre e hijo), mientras que monsieur Firmin, el padre, señala que "la tradición ha sido hecha para ser respetada", su hijo Philippe comenta que "la tradición es una pista para dejarse ir", para partir al asalto de los nuevos "territorios del gusto" a través, eso sí, de una base "tradicional" y reconocible. Es de este modo que muchos de los actuales chefs intentan elaborar una cocina creativa, de investigación, pero con raíces "tradicionales", buscando conjugar la modernidad con lo heredado.

CONCLUSIÓN

A través de las páginas precedentes hemos intentado llevar a cabo una breve aunque sugerente aproximación al ámbito de la recuperación y la valoración de la tradición dentro del ámbito alimentario contemporáneo. La búsqueda de platos "tradicionales", "auténticos" y la valoración de las "cocinas familiares", de los recetarios antiguos, de las recetas de transmisión oral, etc., se dan particularmente en un momento social e histórico en el cual la transformación industrial de los alimentos aleja cada vez más al consumidor del control sobre los procesos de producción de los mismos. El retorno a lo "tradicional", a los viejos "saberes" culinarios, a aquello de lo cual se conoce el origen, o se confía en los procedimientos de transformación, se convierte, pues, en un valor íntimamente ligado tanto al disfrute culinario como a la alimentación en términos generales. Dicha valoración implica una demanda social de este tipo de productos y de recetas, que revierte en diversos ámbitos sociales, culturales y económicos, como puede ser el caso de los individuos y las familias, de los *gourmets* y/o de los críticos gastronómicos (con su influencia mediática), del mundo de la publicidad, del ámbito editorial, de los cocineros y restauradores, de los operadores turísticos, etc., quienes, desde sus respectivos terrenos profesionales, han contribuido y contribuyen también a dicha valoración y a la oferta de este tipo de productos.

La construcción y la promoción de la alimentación se enmarca actualmente dentro de una tendencia —entre otras— que lleva hacia una identificación de alimentos sanos y saludables con alimentos "tradicionales" y cuyo origen y consumo se pierden en el tiempo, en los recetarios familiares, o en los más remotos y entrañables rincones de la memoria de los individuos. Esta tendencia, sin embargo, no nace aisladamente, y se sitúa dentro de un marco más general, especialmente en lo que a la promoción alimentaria se refiere, de recuperación del pasado como símbolo de naturalidad y, por lo tanto, de calidad. Asistimos, pues, desde hace años, a un nuevo retorno y valoración de la tradición que no parece, al menos en el futuro próximo, que vaya a tocar a su fin. ✎

Millán, Amado, "Malo para comer, bueno para pensar: crisis en la cadena socioalimentaria", en Gracia, Mabel (coord.), *Somos lo que comemos. Estudios de alimentación y cultura en España*, Ariel, Barcelona, 2002.

Prats, Llorenç, "Antropología y patrimonio", en Prat, Joan y Martínez, Àngel (eds.), *Ensayos de antropología cultural. Homenaje a Claudio Esteva Fabregat*, Ariel, Barcelona, 1996.

Schlösser, Eric, *Fast food. El lado oscuro de la comida rápida*, Grijalbo, Barcelona, 2001.

Seppilli, Tullio, "Consumo di pane nella società dei consumi", en Papa, Cristina (ed.), *Antropologia e storia dell'alimentazione. Il pane*, Electa Editori Umbri, Perugia, 1992.

Torrecassana, Alicia, "Dulces y licores monacales", en www.accua.com/gastro/conten/GAS514.asp, 5 de noviembre de 2003.