

Diploma en Mitologia y Simbología ISCREB

Trabajo Fin de Diploma

**EL ANÁLISIS PSICOLÓGICO-SIMBÓLICO COMO
METODOLOGÍA DE ESTUDIO Y TÉCNICA DIDÁCTICA
EN LAS CIENCIAS GASTRONÓMICAS**



CC BY-NC-ND 4.0 DEED
Attribution-NonCommercial-NoDerivs 4.0 International

Profesor: Dr. Antoni Pou Muntaner
Alumna: Josefina Maldonado Cartini
Año: 2023

*En memoria de mi padre,
Joaquín Maldonado Martín (1957 - 2023),
la persona más sabia que he conocido.
Gracias por enseñarme que todos
tenemos algo que aportar.*

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	2
1. CONTEXTUALIZACIÓN: LA TRANSUBSTANCIACIÓN COMO IMAGEN ARQUETÍPICA CENTRAL EN LA DRAMATIZACIÓN DEL ALIMENTO.....	7
2. LA INTERPRETACIÓN PSICOLÓGICA DE HECHOS GASTRONÓMICOS	
2.1. Psicocrítica.....	13
2.1.1. <i>Ejemplo práctico: La psicocrítica de la receta de hinojos de mi familia.....</i>	14
2.2. Interpretación contextual.....	19
2.2.1. <i>Ejemplo práctico: La interpretación contextual de la receta de hinojos de mi familia.....</i>	19
3. MITOCRÍTICA DE HECHOS GASTRONÓMICOS	
3.1. Interpretación simbólica.....	21
3.1.1. <i>Ejemplo práctico: La interpretación simbólica de la receta de hinojos de mi familia.....</i>	21
3.2. Interpretación arquetipal	25
3.2.1. <i>Ejemplo práctico: La interpretación arquetipal de la receta de hinojos de mi familia.....</i>	
3.3. Amplificaciones arquetípicas.....	25
3.3.1. <i>Ejemplo práctico: Las amplificaciones arquetípicas en la receta de hinojos de mi familia.....</i>	27
4. MITOANÁLISIS DE HECHOS GASTRONÓMICOS.....	35
REFLEXIONES CONCLUSIVAS.....	38
BIBLIOGRAFÍA.....	41
ANEXO: PREGUNTAS DEL CENSOR.....	45

INTRODUCCIÓN

La Gastronomía es un campo interdisciplinario que suele entenderse como «el arte que estudia la relación del ser humano con su alimentación y su medio ambiente o entorno». Cada disciplina matiza y profundiza en dicha definición, determinando las metodologías con las que se estudia y enseña la Gastronomía en el ámbito académico.

De este modo, me pregunto, ¿qué podría aportar la perspectiva mitológica a la comprensión de la Gastronomía?, ¿Es posible utilizar el análisis psicológico-simbólico de alimentos, productos y fenómenos gastronómicos (a partir de ahora «hechos gastronómicos») como metodología de estudio y técnica didáctica en el marco de las Ciencias Gastronómicas?

Mi punto de partida es entender la Gastronomía como «el arte que estudia la relación *imaginaria*¹ del ser humano con su alimentación y su medio ambiente o entorno» porque considero que la Gastronomía, con todos sus productos y fenómenos, es una construcción que el ser humano elabora desde su mundo interior, es decir, desde lo imaginario.

Así, definiré la Gastronomía como «la dramatización del alimento».

1. Metodología: el análisis psicológico-simbólico aplicado a la gastronomía

Desde esta óptica, en un principio sería posible analizar los productos y fenómenos gastronómicos con la metodología del análisis psicológico-simbólico, abriendo la puerta para estudiar y enseñar la Gastronomía desde una perspectiva mitológica en el marco de las Ciencias Gastronómicas.

El análisis psicológico-simbólico es una herramienta hermenéutica que culmina en una serie de reflexiones conclusivas y que, integrando distintas corrientes, se puede estructurar en tres apartados:

1.1 La interpretación Psicológica, con la que se podría explicar la tonalidad afectiva del hecho gastronómico, analizando relatos, fiestas, películas, historias familiares, tradiciones populares y sus ideas e imágenes recurrentes mediante la metodología de la psicocrítica de Mauron, así como realizar una interpretación contextual revelando sus aspectos manifiestos y latentes, como muestran las teorías sobre el análisis de los sueños de Freud y Jung.

¹En el sentido de «Imaginación creadora» tal y como la conciben Ll. Duch y A. Chillón en *Un ser de mediaciones. Antropología de la comunicación*. Vol. 1, 235 - 237.

1.2. La mitocrítica, con la que se podría realizar una interpretación simbólica del hecho gastronómico mediante la poética de la fantasía de Bachelard, la mitocrítica de Durand, la mitocrítica de Frye, la hermenéutica simbólica arquetipal de Jung, Hillman y Ortíz - Osés y el análisis de los sueños de la Psicología analítica de Freud y Jung.

1.3. El mitoanálisis, con la que se podría llegar a una comprensión de la cultura a través de los imaginarios del hecho gastronómico, mediante la metodología de Durand.

2. A la búsqueda de la singularidad gastronómica

Para entender la Gastronomía desde una perspectiva mitológica y analizar los hechos gastronómicos desde el análisis psicológico-simbólico, considero que habría que tener en cuenta cuatro cuestiones previas:

1) La Gastronomía y la cuestión de «lo exterior» y «lo interior»

El elemento central de la Gastronomía es el alimento. Pero el alimento es, significa y funciona de forma distinta cuando está en el exterior del ser humano, que cuando está en su interior.

El alimento funciona como una «superficie elemental» o «pantalla»² sobre la que el ser humano proyecta diversos imaginarios psicológico-simbólicos que proceden de su interior y que el alimento le permite asimilar, es decir, convertir en sí mismo. De este modo, el alimento sería un elemento mediador psicológico-simbólico entre «lo exterior» y «lo interior» y viceversa.

Mi intención es describir a lo largo de este trabajo cómo sucede este proceso circular de proyección o «exteriorización» y asimilación o «interiorización» de la dimensión psicológico-simbólica del alimento. Trataré de describirlo mediante una imagen arquetípica del Sí-Mismo, la transubstanciación, y la idea junguiana de la proyección.

2) La Gastronomía y la cuestión de la «realidad objetiva» y la «realidad imaginada»

Tanto «lo exterior», como «lo interior» generan dos realidades gastronómicas que para el ser humano parecen ser inconcebibles la una sin la otra. Y es que el ser humano no solo come y se relaciona con el alimento por motivos objetivos, como por ejemplo, nutrirse, sino también por motivos imaginados, como por ejemplo, volver a la infancia.

Así, «la realidad objetiva» comprende la percepción empírica que el ser humano tiene del alimento, como por ejemplo, que una manzana contiene vitaminas, minerales e hidratos de

² V. Cirlot *La visión abierta. Del mito del grial al surrealismo*, 38.

carbono. También que su forma es redonda, su color rojo y que su aroma se debe a volátiles como el 2- metilbutil acetato.

Por otro lado, la «realidad imaginada» comprende la percepción no empírica o imaginaria que el ser humano tiene del alimento, como por ejemplo, que una manzana es la fruta de la inmortalidad, la fertilidad y el amor. También que la cultivaba la diosa Idun o que huele a cítricos, flores y caramelo.

Desde el punto de vista mitológico, las realidades gastronómicas imaginadas son igual de determinantes para la Gastronomía que las realidades gastronómicas objetivas.

Pero se tendrá que tener en cuenta que, tanto la «realidad objetiva» como la «realidad imaginada» son nociones fluidas que dependen del momento histórico. Lo que ayer era una realidad imaginada hoy puede ser una realidad objetiva y viceversa.

El análisis psicológico-simbólico incluye un apartado en el que se realiza una interpretación contextual. Así, aún entendiendo la Gastronomía como un entramado de fenómenos y productos culturales que florecen en la realidad imaginada, se mantiene el vínculo con la realidad objetiva.

3) La Gastronomía y la cuestión de lo individual y lo colectivo

Por otra parte, considero que la experiencia gastronómica sucede en dos niveles: el individual y el colectivo.

El nivel individual comprende el imaginario gastronómico que el individuo construye mediante sus experiencias personales en torno al alimento y mediante una interpretación personal de las experiencias colectivas. Es decir, el nivel individual sería la dramatización del alimento que el ser humano confecciona de forma personal.

El nivel colectivo comprende el imaginario gastronómico que el colectivo (familia, comunidad, etnia, nación) construye mediante sus experiencias colectivas en torno al alimento. Es decir, el nivel colectivo sería la dramatización del alimento que el ser humano confecciona de forma colectiva.

4) La singularidad gastronómica

Como conclusión de estas tres cuestiones (lo exterior y lo interior, la realidad objetiva y la realidad imaginada, y lo personal y lo colectivo), me gustaría destacar que la Gastronomía comprende productos y fenómenos culturales que tienen una peculiaridad en comparación con otro tipo de productos y fenómenos culturales no gastronómicos.

Esto se debe a que el elemento central de la Gastronomía, el alimento, es a la vez una sustancia y realidad mitologizada, que el ser humano termina, literal y metafóricamente por

asimilar (convertir en sí mismo) y emplear como elemento transformador de su cuerpo y/o su psique o alma. A partir de ahora denominaré esta peculiaridad «singularidad gastronómica».

Mi teoría es que de esta peculiaridad se desprende un racimo de temas simbólicos y psicológicos concretos y universales, que trascienden cualquier lugar y momento histórico. Los principales son, por una parte, la transubstanciación como imagen arquetípica del Sí-Mismo, y por otra, el fenómeno de la proyección. Para explicarlos, necesitaré describir las ideas junguianas de arquetipo, mito, sincronicidad, correspondencias, individuación y complejo.

Planteamiento de objetivos

Al observar la Gastronomía desde una perspectiva mitológica, ¿se pueden encontrar símbolos y arquetipos de Jung en los productos y fenómenos gastronómicos? Esta es la pregunta de la que surge el **objetivo general** de este trabajo, que es proponer una metodología para analizar los hechos gastronómicos desde una perspectiva psicológico-simbólica, así como un **objetivo específico**: la aplicación de esta metodología a la receta de hinojos.

- **Objetivo general:** proponer una metodología para analizar los hechos gastronómicos desde una perspectiva psicológico-simbólica.

Para emprender esta tarea entendí que primero debía encontrar una definición de Gastronomía desde la que tuviera sentido tal pregunta. De modo que, como ya he expuesto, y partiendo de la concepción de la Gastronomía como «el arte que estudia la relación imaginaria del ser humano con su alimentación y su medio ambiente o entorno», he definido la Gastronomía, en un principio, como una «dramatización del alimento».

Desde esta óptica, me propongo tres **objetivos específicos** para este trabajo:

- Profundizar en los conceptos junguianos que considero que intervienen en la Gastronomía desde una perspectiva mitológica: proyección, arquetipo, mito, sincronicidad, correspondencias, individuación y complejo.
- Estudiar la transubstanciación como una imagen arquetípica del Sí-Mismo que en última instancia da lugar a la mitologización del alimento, es decir, a la Gastronomía.
- Mostrar los beneficios de la aplicación del análisis psicológico-simbólico como metodología de estudio y técnica didáctica en las Ciencias Gastronómicas.

Para poder cumplir estos objetivos, realizaré un análisis psicológico-simbólico de la receta de hinojos que me enseñó mi padre.

Dado que la simbolización, las vivencias arquetípicas y la gastronomía son fenómenos universales, de los que las expresiones locales son tan solo ejemplos, trataré de responder a las siguientes preguntas basándome en los resultados de dicho análisis:

- ¿Existen conflictos o sentimientos ligados a hechos gastronómicos?
- ¿De qué manera el lugar o los acontecimientos históricos dan significados a los alimentos y fenómenos?
- ¿Qué arquetipos junguianos se expresan a través de hechos gastronómicos? ¿Qué relación tienen con otras mitologías, narraciones, sueños, etc. que expresan el mismo arquetipo?

Serán las respuestas a estas preguntas las que considero que me permitirán esbozar un primer acercamiento a los beneficios de la incorporación del análisis psicológico-simbólico como metodología de estudio y técnica didáctica a las Ciencias Gastronómicas.

1. CONTEXTUALIZACIÓN: LA TRANSUBSTANCIACIÓN COMO IMAGEN ARQUETÍPICA CENTRAL EN LA DRAMATIZACIÓN DEL ALIMENTO

Como todo animal, el ser humano tiene el instinto de alimentarse para asegurar su supervivencia física. Pero además, considero que el ser humano también tiene la tendencia de alimentarse para mantener a salvo su psique. De este modo, se ve inmerso en infinitos dramas, rituales y narrativas que proyecta³ sobre hechos gastronómicos, que después consume para asimilar sus dramas inherentes y equilibrarse. Dramas que reproduce, con matices culturales, en todo momento y lugar. Dice Jung:

Hay tantos arquetipos como situaciones típicas de la vida. Una repetición interminable ha grabado esas experiencias en nuestra constitución psíquica, no en forma de imágenes llenas de contenido, sino al principio casi únicamente como formas sin contenido, que representan la mera posibilidad de un cierto tipo de percepción y de acción. Cuando surge una situación que corresponde a un arquetipo determinado, éste es activado y aparece una compulsión que, como una fuerza instintiva, sigue su camino contra toda razón o produce cualquier otro conflicto de dimensiones patológicas, o sea, una neurosis.⁴

Desde un punto de vista psicológico-simbólico, considero que esta tendencia de la búsqueda de salvación psíquica a través del alimento, puede observarse en una imagen arquetípica del Sí-Mismo: la transubstanciación. Así, la transubstanciación sería la imagen arquetípica que apunta a un proceso de transformación, mediante el poder de la palabra, del alimento en una fuerza arquetípica o un Dios, para la posterior asimilación de sus atributos y/o su drama inherente, mediante su consumo. De este modo, el ser humano se siente transformado y a salvo ante una realidad que es un misterio, que le afecta emocionalmente, que se le torna abrumadora, inabarcable o inexplicable desde lo exclusivamente racional, tal y como expone Jung:

El hombre primitivo no se da por satisfecho con ver salir y ponerse el sol, sino que esa observación exterior tiene que ser al mismo tiempo un hecho anímico, es decir, el sol ha de representar en su recorrido el destino de un dios o de un héroe que, en el fondo, no habita en otro lugar que en la psique del hombre. Todos los fenómenos son mitificados (...).⁵

De la dramatización de esta imagen arquetípica, la transubstanciación, emergen las diversas mitologías. Desde la perspectiva de este trabajo, las consideraré «mitologías gastronómicas» porque responden a preguntas en torno al sentido de la alimentación, ligado al sentido de la vida. En cuanto a la mitología como una interpretación del sentido de la vida, Campbell dice:

Una mitología es una organización de imágenes concebidas como una interpretación del sentido de la vida, y que este sentido debe aprehenderse de dos formas: (1) mediante el camino del pensamiento y (2) mediante el

³ C.G. Jung, *Los arquetipos y lo inconsciente colectivo*, 59.

⁴ Ídem, 47.

⁵ Ídem, 6.

camino de la experiencia. Como pensamiento, la mitología se acerca -o es un prelude primitivo- a la ciencia; como experiencia, es exactamente arte.⁶

Expongo aquí solo algunos ejemplos de lo que entiendo como «mitologías gastronómicas»:

PREGUNTA	MITO DE EJEMPLO
¿Cómo surgen los alimentos?	El mito Mondawmin de la América precolombina cuenta el origen del cereal indígena. El joven Wunzh, durante su rito de iniciación, buscaba conocer los misterios de la vegetación para hacer el bien a su pueblo. A Wunzh se le apareció una deidad que descendió del cielo y le puso una serie de pruebas. Durante la última prueba, debía arrojarla a la tierra, enterrarla y observar si volvía a la vida. Finalmente, la deidad celestial volvió a la vida, dando lugar al maíz (mondawmin), haciendo que el pueblo ya no tuviera que vivir solo de la caza. ⁷ Estamos ante una expresión cultural del mito del Dios plantador, propio de las sociedades agrícolas.
¿Qué comemos «nosotros»? / ¿Qué no comemos «nosotros»?	Los budistas tienen la creencia de que existen alimentos Shomyojiki (productos que se obtienen de forma correcta y ayudan a mantener el bienestar en el cuerpo y alma) y alimentos Jamyojiki (alimentos que se obtienen por medio de acciones indebidas o engañando a la gente). ⁸
¿Qué comemos «en este momento»?	Los mexicanos comen «pan de muerto» durante la festividad de los Santos Difuntos (1-2 de noviembre). ⁹ En este pan podemos encontrar un simbolismo que hace referencia al mito creacional en torno a la diosa mexicana Tlaltecuhltli, que fue despedazada por otros dioses primigenios, que crearon el mundo con ella. ¹⁰ Su forma circular representa el ciclo de la vida y la muerte. La decoración sobre la superficie del bollo emula un cuerpo: La bolita central simboliza la cabeza, los cuatro palitos representan las cuatro extremidades (brazos y piernas), así como los cuatro puntos cardinales de la tierra o las lágrimas ante la muerte. A veces, el azúcar con el que se espolvorea el bollo se tiñe de rojo para emular la sangre. ¹¹

⁶ J. Campbell, *Las máscaras de Dios. Mitología primitiva (Vol 1)*, 254.

⁷ J. Campbell, *Las máscaras de Dios. Mitología primitiva (Vol 1)*, 303-308.

⁸ M. del M. Pizarro Medina, «Problemática dietética religiosa ante la laicidad del estado», 217.

⁹ Sin autor, «La historia del pan de muerto», <https://www.chilango.com/comida/historia-del-pan-de-muerto/>

¹⁰ J. Campbell, *Las máscaras de Dios. Mitología primitiva (Vol 1)*, 314.

¹¹ P. Cartini, «Cuando el pan cuenta la metáfora del otoño-invierno», *Revista PAN* (Nº 14, 2022), 90.

¿Qué como yo en «este momento»?	Hoy en día muchas personas comen chocolate como un ritual vinculado al placer. Es una forma de separar el tiempo de la jornada laboral y el inicio del momento de ocio. En este sentido, es una forma de ordenar el tiempo, acondicionarlo, amueblarlo. ¹²
¿Cómo comemos «nosotros»?	Las personas veganas rechazan dañar a otro ser vivo para alimentarse, por eso comen solo productos de origen vegetal. Los preceptos dietéticos veganos (como los del budismo primitivo) hunden sus raíces en las mitologías negadoras de la vida, del rechazo, que buscan escapar del mundo. ¹³
¿Cómo conseguimos alimento «nosotros»?	Los pies negros, indios nativos norteamericanos, tenían el mito de la danza del búfalo, animal que era el sustento alimentario de la comunidad. Mediante dicha danza, tanto los hombres matados por los búfalos, como éstos matados por los hombres, vuelven a la vida. Es así como el ciclo se revitalizaba eternamente. ¹⁴
¿Cómo consigo yo alimento?	“Yo solo compro en supermercados bio”. La mitología del progreso infinito se ha ido derrumbando debido a consecuencias como los problemas medioambientales y sanitarios. Entre sus consecuencias, encontramos el deseo de muchas personas de consumir alimentos sin pesticidas y sin otros químicos, con el objetivo de cuidar de sí mismos y del planeta. Estamos así ante una mitología correctora, según la cuál podemos cambiar las cosas mediante nuestras acciones. ¹⁵

Estas dramatizaciones pueden adquirir forma de relatos narrativos, rituales o productos y fenómenos gastronómicos. Por eso, pueden ser analizados mediante la herramienta del análisis psicológico-simbólico.

Por último, considero que tanto estos dramas, rituales y narrativas, como su proyección y el proceso de asimilación, conforman una dimensión de lo que en neurogastronomía se denomina el «psicosabor».¹⁶ Según Paul Pairet, chef del restaurante Ultraviolet, el psiosabor es «todo lo que tiene que ver con el sabor, excepto el sabor».¹⁷ Así, considero que el concepto de psicosabor se relaciona con la idea de que, por una parte, las percepciones (procedentes del exterior) del ser humano¹⁸ y, por otra parte, su estado de ánimo y creencias (procedentes del interior)¹⁹ se retroalimentan, configurando lo que hoy en día llamamos su «experiencia gastronómica». De este modo, una de las aplicaciones prácticas del análisis psicológico-simbólico como herramienta de estudio y técnica didáctica en las Ciencias Gastronómicas, sería la de desvelar una dimensión -la psicológico-simbólica- del psicosabor.

1.1. Ejemplo para este trabajo: la receta de hinojos de mi familia

¹² B. - C. Han, *La desaparición de los rituales*, 12.

¹³ Campbell, J., *En busca de la felicidad. Mitología y transformación personal*,

¹⁴ J. Campbell, *Las máscaras de Dios. Mitología primitiva* (Vol 1), 388-391.

¹⁵ J. Campbell, *En busca de la felicidad. Mitología y transformación personal*, 44.

¹⁶ C. Spence, *Gastrofísica*, 37.

¹⁷ Web del restaurante Ultraviolet, <https://uvbypp.cc>

¹⁸ C.G. Jung, *Los arquetipos y lo inconsciente colectivo*, 327.

¹⁹ Ídem, 56 - 57.

El análisis psicológico-simbólico de hechos gastronómicos puede realizarse tomando como soporte cualquier producto cultural de los hechos gastronómicos. Por ejemplo, tomando como referencia la receta de los hinojos de mi familia, podría analizar una foto o cuadro del plato terminado, una foto o cuadro del momento de recogida o preparación de los hinojos, una película o vídeo en la que apareciese una referencia a los hinojos gitanos o, como haré en esta ocasión, un texto en el que se narra el significado que los hinojos tienen para los gitanos españoles, dejando entrever el imaginario del que forman parte.

El análisis psicológico-simbólico de hechos gastronómicos revelará matices distintos de los mitos gastronómicos en función del soporte que se elija. Es decir, en una foto o cuadro de un plato terminado de hinojos, parte del análisis se centrará en las formas y colores del plato; en una película se puede analizar hasta las herramientas y técnicas con las que se preparan los hinojos; y en un texto, se centrará la atención en las imágenes que contiene. Pero esto me parece secundario.

Donde me gustaría poner el foco para mostrar que el análisis psicológico-simbólico puede funcionar como método de estudio y técnica didáctica en el marco de los estudios o Ciencias Gastronómicas, es en la idea de que, a través del análisis psicológico-simbólico pueden revelarse las realidades imaginadas que el ser humano, como individuo o como grupo, proyecta sobre los hechos gastronómicos y asimila gracias a esta imagen arquetípica del Sí-Mismo, la transubstanciación, dando lugar a lo que llamamos «Gastronomía». Y esto, pienso que revelaría una capa de significado en los hechos gastronómicos, que hasta ahora, hasta donde sé, no era posible analizar y enseñar de manera metodológica.

Texto introductorio a la receta:

Los hinojos son un plato típico de la gastronomía de los gitanos españoles. Entre sus peculiaridades, encontramos el ritual de ir al monte a recoger esta planta silvestre de aromas anisados, que en los tratados botánicos encontramos bajo el nombre de *Foeniculum vulgare*. Durante su recogida, los familiares charlan, bromean, ríen, cantan... El contacto con el aire puro y la naturaleza evoca una gran alegría. Atrás quedan el duro asfalto, los ruidosos coches y el ajetreo de la vida moderna. Ante las familias gitanas se abren caminos de tierra, algún riachuelo y el brotar de plantas que se confunden con sus eclécticas vestimentas y recuerdan a los vivaces colores de la comida romaní.

Florece un sentimiento ancestral de identidad: El de los caminos, las carretas y los ríos que se zambullían en un tiempo que no estaba controlado por el reloj y un espacio que no estaba regido por las leyes de otros.

Tras recoger, ramito a ramito, un buen manojito de hinojos silvestres, llega el momento de volver a «casa». Entonces, descienden de los montes hacia barrios encajonados en ciudades que poco saben de las verdaderas costumbres ni el verdadero sentir gitano. Portadoras de hinojos, las familias gitanas introducen una parcelita de naturaleza, de identidad, de libertad, en unos hogares que fueron obligados a clavar en un lugar fijo, en un lugar determinado,

cortando los lazos identitarios que los unía al fluir de la naturaleza. Menos mal que nos quedan los hinojos.

Receta de hinojos:

Otra de las peculiaridades de la receta de hinojos es su transmisión por vía oral. Esto, entre otras cuestiones, significa que cada familia tiene una forma de elaborarla, añadiendo o quitando ingredientes a su gusto. Aún así, hay una base común.

Sin embargo, tras hablar con otras familias gitanas, me he dado cuenta de que la receta de mi familia tiene ingredientes que no he encontrado en la receta de estas otras familias. Eso sí, el sentimiento y el significado de ir a recoger hinojos, cocinarlos y comerlos juntos es el mismo.

Aquí recojo la receta como me la cuenta mi padre, Joaquín Maldonado Martín, que es la misma que hacía mi abuela, Isabel Martín Vega, con alguna adaptación a los tiempos presentes. Concreto aquí sus nombres, no como creadores de la receta, sino como las personas que me la han transmitido, gracias a las cuáles ha llegado hasta mí.

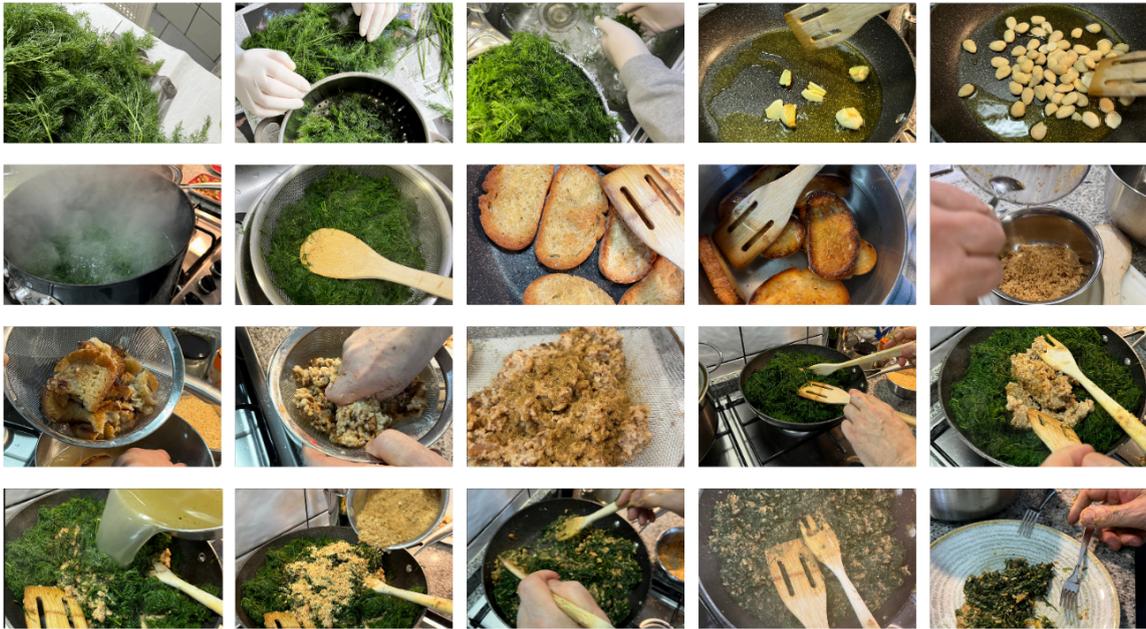
Ingredientes:

- Un manojo de hinojos
- 4 o 5 rebanadas de pan seco del día anterior
- Un par de puñados de almendras peladas crudas
- 3 o 4 dientes de ajo
- Azafrán
- Comino
- Sal y pimienta
- Un chorrito de buen aceite de oliva
- Unas gotitas de vinagre

Proceso:

- Limpiamos los hinojos: cortamos con la mano las ramitas más tiernas y reservamos. Es mejor ponerse guantes para que las manos no se ensucien demasiado.
- Enjuagamos y escurrimos bien las ramitas.
- En una olla con abundante agua, hervimos los hinojos hasta que estén tiernos (unos 10 minutos). Después los escurrimos bien y reservamos.
- Mientras, en una sartén con un poquito de aceite de oliva, freímos los dientes de ajo sin que se pongan negros, para dar sabor al aceite. Sacamos los ajos.
- En el mismo aceite, freímos las almendras hasta que estén doraditas. Hay que ir moviéndolas y dándoles la vuelta para que no se quemen. Cuando estén listas, las sacamos y depositamos sobre un platito con papel de cocina para que escurran el aceite sobrante.
- En la misma sartén y con el mismo aceite, freímos el pan hasta que esté tostadito. Una vez listo, lo empapamos en agua. Después lo escurrimos muy bien y reservamos por separado el pan y el agua. Al pan le echamos el comino y lo mezclamos amasándolo.

- De las almendras tostadas, cogemos un puñadito chiquitito y las picamos. El resto, las molemos.
- Añadimos un poco más de aceite a la sartén y sofreímos los hinojos.
- Añadimos el pan y mezclamos con la ayuda de dos cucharones de madera. Si vemos que la mezcla está muy seca, podemos añadir un poco del agua que nos sobró de remojar el pan.
- Cuando esté todo bien integrado, añadimos las almendras y mezclamos bien. Añadimos azafrán, sal y pimienta.
- Mezclamos y sofreímos hasta que la mezcla quede jugosa, pero sin exceso de agua.
- Servimos los hinojos en un plato y rociamos con unas gotitas de vinagre.
- Compartimos con alegría, una copita de vino dulce de Málaga y un disco de Camarón.



2. LA INTERPRETACIÓN PSICOLÓGICA DE HECHOS GASTRONÓMICOS

2.1 Psicocrítica

La Psicocrítica es una metodología de interpretación literaria basada en el psicoanálisis. Su creador, Charles Mauron (1899-1966), explica los cuatro pasos de su metodología en su obra *Des métaphores obsédantes au mythe personnel* (1963):

1. Se superponen los textos de un autor para encontrar las redes de asociaciones o las agrupaciones de imágenes, obsesivas y probablemente involuntarias.

Considero que, en el caso de la psicocrítica de hechos gastronómicos, «las redes de asociaciones o agrupaciones de imágenes, obsesivas y probablemente involuntarias» que se buscan, pueden no ser las de un autor, sino las de, por ejemplo, un alimento en una misma cultura o en culturas distintas; las de un color, sabor, aroma o textura en una misma cultura o culturas distintas; las del uso de una herramienta (cuchillo, cuchara, olla, vasija...) o técnica (amasar, hervir, esferificar, batir...) en una misma cultura o culturas distintas. En este caso, me gustaría encontrar «las redes de asociaciones o agrupaciones de imágenes, obsesivas y probablemente involuntarias» de los hinojos como alimento fundamental en la construcción de la identidad de los gitanos españoles, superponiendo los siguientes textos:

- **Texto 1:** El texto introductorio a la receta de mi familia (página 12).
- **Texto 2:** El artículo de Marcos Santiago «Los hinojos y los gitanos».²⁰
- **Texto 3:** El artículo de Silvia Agüero «Hinojo, la estrella de la cocina gitana».²¹

2. Se indaga cómo se repiten y se modifican las redes asociativas, las agrupaciones o las estructuras halladas, a lo largo de la obra del escritor. Esas estructuras dibujan figuras y situaciones dramáticas, desembocando normalmente en la imagen de un mito personal.

Considero que, en el caso de la psicocrítica de hechos gastronómicos, «se indaga cómo se repiten y se modifican las redes asociativas, las agrupaciones o las estructuras halladas, a lo largo», en este caso, de los textos sobre los hinojos como alimento fundamental en la construcción de la identidad de los gitanos españoles.

3. Se interpreta el mito personal y sus avatares como expresión de la personalidad inconsciente del escritor y de su evolución.

²⁰ M. Santiago, «Los hinojos y los gitanos»,
<https://www.diariocordoba.com/opinion/2003/02/19/hinojos-gitanos-39017080.html>

²¹ S. Agüero, «Hinojo, la estrella de la cocina gitana»,
<https://www.rtve.es/television/20210408/hinojo-estrella-cocina-gitana/2085079.shtml>

Considero que, en el caso de la psicocrítica de hechos gastronómicos, lo que se revelará durante la psicocrítica es un mito gastronómico, por lo tanto, en este caso, se interpreta el mito gastronómico de los hinojos y su expresión en el marco de la cultura o identidad gitana española.

4. Los resultados se cotejan con la vida del escritor (en este caso, con referencias de la cultura gitana) .

Considero que, en el caso de la psicocrítica de hechos gastronómicos, los resultados se cotejarían, en este caso, con otras referencias de la cultura gitana. En este trabajo, cotejaré los resultados con la letra de la canción «Libres como el aire (Caravana)» de El Lebrijano.²²

Mauron fue el primero en advertir que «existen estructuras inconscientes que se expresan mediante dramatizaciones personales o procedimientos estilísticos».²³ Son estas «dramatizaciones personales» o «procedimientos estilísticos» los que considero posible encontrar en los hechos gastronómicos a pesar de que éstos no siempre tengan un solo autor o aparezcan en formato textual.

Así, el objetivo al realizar una psicocrítica de un hecho gastronómico, será descubrir el mito que lo sostiene, revelando de este modo los mitos gastronómicos que operan en un contexto dado. Pienso que la expresión «mito gastronómico» tiene sentido, por alguna de las siguientes razones, que no son excluyentes:

- El **mito** es transportado por el alimento al actuar como «pantalla»²⁴ sobre la que el ser humano proyecta diversos imaginarios psicológico-simbólicos que proceden de su interior.
- El **mito** es evocado por el alimento.
- El **mito** contiene el alimento como un símbolo.

Como he comentado, en este apartado me centraré en realizar una psicocrítica de los hinojos como alimento fundamental en la construcción de la identidad de los gitanos españoles, tomando como referencia el texto introductorio que he escrito en la página 12 de este trabajo.

2.1.2. Ejemplo práctico: La psicocrítica de la receta de hinojos de mi familia

A continuación realizaré dicha psicocrítica, teniendo en cuenta las pequeñas variaciones que he comentado respecto a las indicaciones de Mauron, por tratarse aquí de la psicocrítica de un hecho gastronómico, concretamente, de los hinojos como alimento fundamental en la construcción de la identidad de los gitanos españoles, tomando como referencia los tres textos ya citados y añadiendo la canción con la que los cotejaré y que comentaré más adelante.

²² El Lebrijano «Libres como el aire (Caravana)»

http://mappesonore.altervista.org/dettagli/dettaglio_branco.php?musicistabrano=24506

²³ I. Paraíso, *Literatura y Psicología*, 104.

²⁴ V. Cirlot *La visión abierta. Del mito del grial al surrealismo*, 38.

Las redes asociativas y agrupaciones de imágenes obsesivas comunes a los tres textos que he encontrado son:

- 1) **La imagen del Edén (Tabla 1):** vinculada con la **naturaleza** exterior ligada a la propia naturaleza (alusión encontrada 3 veces, con variaciones), con un **pasado nómada** (alusión encontrada 4 veces, con variaciones) y con el sentimiento de **alegría** (alusión encontrada 2 veces, con variaciones) y con la **libertad** (palabra encontrada 12 veces, con variaciones). Todo esto como propio de la identidad gitana.
- 2) **La imagen de la sociedad de consumo (Tabla 2):** evocando la caída del Edén (Gn 3), mediante **el presente sedentario** (alusión encontrada 4 veces, con variaciones) y mediante un **sentimiento de sometimiento** por parte de la sociedad mayoritaria (alusión encontrada 4 veces, con variaciones).

También he descubierto que se repiten y modifican estas redes asociativas e imágenes:

Tabla 1:

		Redes de asociaciones o las agrupaciones de imágenes, obsesivas		
Repetición y se modificación de las redes asociativas, las agrupaciones o las estructuras halladas		Texto 1	Texto 2	Texto 3
EDÉN / NATURALEZA / NOMADISMO / LIBERTAD	Para comer hinojos gitanos, hay que ir a cogernos a la naturaleza	Ritual de ir al monte a recoger esta planta silvestre de aromas anisados. Durante su recogida, los familiares charlan, bromean, rien, cantan... El contacto con el aire puro y la naturaleza evoca una gran alegría .	Esta planta no se vende, hay que ir a cogerla por estas fechas. Ayer pregunté a mi madre por qué a los flamencos nos gustan tanto los hinojos, y sin dudar contestó: porque no hay que sembrarlos. Las cosas de mi madre.	los hinojos no se pueden comprar en los supermercados. Hay que ir a buscarlos al campo. [...] La época buena para su recolección es en la primavera. Aunque en algunas zonas aparecen ya en enero. Los mejores son los brotes tiernos, cuyos troncos aún no se han convertido en cañas. Por eso es importante cortarlos a mano,
	Recoger hinojos es un momento de celebración			eso se convierte en toda una fiesta a la que vamos con nuestros hijos e hijas:
	Los hinojos y la idealización de un pasado en los caminos, rodeados de naturaleza	Ante las familias gitanas se abren caminos de tierra, algún riachuelo y el brotar de plantas que se confunden con sus eclécticas vestimentas y recuerdan a los vivaces colores de la comida romani.	Los gitanos descubrimos el secreto de su buen sabor cuando íbamos por los caminos y campos de feria en feria para vender nuestras bestias, y al oler ese maravilloso aroma a mañana fresca ansada que desprenden	en nuestro imaginario ese es el Edén: un río en cuyas riberas crecen juncos y mimbreras; una lumbre; gitanicas guisando, hombres arreglando la varetta y las bestias y niñas cantando y bailando. [...] ¿Y qué guisan esas gitanas en nuestro particular nirvana? ¡¡Hinojos!! Porque el paraíso gitano está sembrado de hinojos.
La identidad de los gitanos tiene un vínculo fundamental con los hinojos y con la libertad	Florece un sentimiento ancestral de identidad. El de los caminos, las carretas y los ríos que se zambullían en un tiempo que no estaba controlado por el reloj y un espacio que no estaba regido por las leyes de otros. [...] Portadoras de hinojos, las familias gitanas introducen una parcelita de naturaleza, de identidad, de libertad .	los gitanos y los hinojos tenemos muchas similitudes porque creo que ambos, en medio de una sociedad esclavizada por el consumo y lo inmediato, guardamos como norma suprema poner en práctica el ideal de libertad .	un modo de vida sedentario en lugar del nomadismo que nos caracterizó en el pasado. A pesar de ese sedentarismo y de vivir urbanamente, nuestras familias conservan una nostalgia del camino y todo lo que huele a campo, a río, a hinojos... nos gusta. [...] por los campos que antes recorriamos las familias gitanas. [...] a nosotros nos gustaría que aún hubiera caminos que recorrer en libertad , buscando la vida, recoger varetta, hacer canastos de mimbre y parar a la sombra de una alameda en lugar de tener que estar en la trinchera cotidiana de la lucha contra el antigitanismo que todo lo enfanga y desfigura. ¡Salud, libertad y buen provecho!	
CAÍDA / URBE / SEDENTARISMO / SOMETIMIENTO	La sociedad mayoritaria como lugar de sufrimiento	...atrás quedan el duro asfalto, los ruidosos coches y el ajeteo de la vida moderna.	en medio de una sociedad esclavizada por el consumo y lo inmediato, guardamos como norma suprema poner en práctica el ideal de libertad. [...] nos adaptamos y soportamos todas las adversidades procedentes de los agentes externos. [...]	a nosotros nos gustaría que aún hubiera caminos que recorrer en libertad, buscando la vida, recoger varetta, hacer canastos de mimbre y parar a la sombra de una alameda en lugar de tener que estar en la trinchera cotidiana de la lucha contra el antigitanismo que todo lo enfanga y desfigura. ¡Salud, libertad y buen provecho!

Tabla 2:

		Redes de asociaciones o las agrupaciones de imágenes, obsesivas		
Repetición y se modificación de las redes asociativas, las agrupaciones o las estructuras halladas		Texto 1	Texto 2	Texto 3
CAÍDA / URBE / SEDENTARISMO / SOMETIMIENTO	La sociedad mayoritaria como lugar de sufrimiento	...atrás quedan el duro asfalto, los ruidosos coches y el ajeteo de la vida moderna.	en medio de una sociedad esclavizada por el consumo y lo inmediato, guardamos como norma suprema poner en práctica el ideal de libertad. [...] nos adaptamos y soportamos todas las adversidades procedentes de los agentes externos. [...]	a nosotros nos gustaría que aún hubiera caminos que recorrer en libertad, buscando la vida, recoger varetta, hacer canastos de mimbre y parar a la sombra de una alameda en lugar de tener que estar en la trinchera cotidiana de la lucha contra el antigitanismo que todo lo enfanga y desfigura. ¡Salud, libertad y buen provecho!
	La importancia d los agentes externos en el proceso de sedentarización del pueblo gitano	[...] un tiempo que no estaba controlado por el reloj y un espacio que no estaba regido por las leyes de otros .Entonces, descendiendo de los montes hacia barrios encajonados en ciudades que poco saben de las verdaderas costumbres ni el verdadero sentir gitano.	[...] nos adaptamos y soportamos todas las adversidades procedentes de los agentes externos .	Este proceso de sedentarización que comentábamos obedece a factores endógenos [...] Pero también hubo más de 230 factores exógenos, o sea, leyes antigitanas:

Interpretación: el mito gastronómico del Edén

Me gustaría introducir la interpretación psicológica del mito del Edén, primero, entendiendo que «los mitos son ante todo fenómenos psíquicos que ponen de manifiesto la esencia del alma»²⁵ y, segundo, con las siguientes palabras de Northrop Frye:

El hombre existe, no directamente en la naturaleza, como los animales, sino en el contexto de un universo mitológico, un conjunto de tradiciones y creencias nacidas de sus vivencias. Esto se produce, mayormente, en forma inconsciente, esto es, nuestra imaginación puede reconocer ciertos elementos de dicho universo cuando se presentan bajo la forma del arte o la literatura, sin comprender en forma consciente qué es lo que estamos reconociendo. Casi todo lo que vemos de este grupo de relaciones está socialmente condicionado y se hereda culturalmente.²⁶

Considero que la aclaración del mito que atraviesa un hecho gastronómico siempre apunta a dramas humanos, es decir, universales. El hecho de que se llegue a descubrir estos mitos mediante el análisis de un hecho gastronómico propio de una cultura, no quiere decir que solo esta cultura lo experimente, sino que, mediante la «revelación» de este mito a través del análisis de un hecho gastronómico (que siempre es cultural), podemos hacer consciente una dinámica que, posiblemente, con sus matices, también se da en otras culturas.

Así, me propongo interpretar el mito del Edén (Gn 2,8 - 3,19), en el que podemos encontrar imágenes de lo más ilustrativas para la comprensión de la vivencia psicológica de este mito, tanto en lo universal, como en la cultura gitana, a través del hecho gastronómico de los hijos:

- **El Edén:** Existencia de un estado del ser, en el que el ser humano surge como creación de Dios, es uno con la **naturaleza**, y no necesita sembrar porque todo está a su alcance. Si interpretamos a Dios como el Sí-Mismo de Jung, habría que tener en cuenta que, paradójicamente, también existe una fuerza que nos envía más allá de nuestra **naturaleza** instintiva, que nos empuja hacia la **trascendencia**, que nos «invita» a la incómoda **individuación**. El Edén es deseable para una consciencia aún infantil, cuyos efectos experimentamos mediante la «nostalgia del paraíso». Pero existe una (complicada) vida más allá del Edén que se inicia, no para la consciencia que desea permanecer donde está, sino para aquella que toma las riendas, la que se aleja del estado edénico y «come del fruto del bien y del mal».
- **Comer del fruto del bien y del mal:** Comer del fruto del bien y del mal nos lleva a tomar partido, a dilucidar qué «está bien» y qué «está mal». Nos saca del paraíso de la inconsciencia y nos sitúa en el **camino de la integración de los opuestos**, nos descubre la polaridad. ¿Cuáles son esas polaridades de la cultura gitana española hoy?, ¿cómo podemos tratar de integrarlas? Trataré de hacer un esbozo en la página 19 de este trabajo.
- **La tierra:** Existencia de un estado del ser en el que el ser humano se siente «desterrado», sumergido en el conflicto de los opuestos. Sin embargo, es ese mismo estado el que le permite integrarlos, generando una nueva consciencia que le permite

²⁵ C.G. Jung, *Los arquetipos y lo inconsciente colectivo*, 6.

²⁶ N. Frye, *El gran código*, 18.

ejercer una «soberanía sagrada (...) como elemento decisivo de la semejanza del Hombre con Dios, con la que adquiere “dignidad” y con ella [la tan ansiada] “libertad” para ser completo».²⁷

La experiencia psicológica del Edén implica:

- **Conocimiento.** El conocimiento de la existencia de un estado en el que el ser humano es uno con la naturaleza: En el caso de la cultura gitana, considero que este estado es el sentimiento de identidad gitana, ligado, en algunas ocasiones a una libertad ligada a la «nostalgia del paraíso».
- **Nostalgia.** La nostalgia de ese estado: En el caso de la cultura gitana, considero que es la nostalgia, y a menudo idealización, de un estado original (vivir en los caminos, las carretas, las orillas de los ríos...). En este sentido, surge lo «idílico».
- **Deseo o conflicto.** Un profundo deseo de volver a tal estado y el deseo del alivio del sentimiento de conflicto interno y sensación de separación. Considero que el descubrimiento de un **deseo mediado por el alimento** apunta a un motivo o meta (en forma de mito y/o símbolos) que se persigue con el impulso del Sí-Mismo y que se experimenta, en el ámbito gastronómico, mediante la imagen arquetípica del Sí-Mismo, la transubstanciación. Descubrir los **mitos y/o los símbolos** evocados por los hechos gastronómicos, puede ayudarnos a tomar conciencia de dicho deseo o conflicto que es impulsado por el Sí-Mismo en pos de nuestra evolución, para encauzarlo mediante el estudio o trabajo de dichos mitos y/o símbolos a través de la **vía espiritual** que se elija, como por ejemplo, la **individuación** de la que habla Jung.
- **Gastronomía.** La realización de acciones para la experiencia del alivio del deseo, en este caso de volver a un estado edénico, se presenta en forma de hecho gastronómico, compuesto por unas acciones, que pueden realizarse de manera más o menos consciente de su significado espiritual. En el caso de los hinojos, las acciones que componen el hecho gastronómico serían: ir a recogerlos y disfrutar del proceso, cocinarlos con recetas transmitidas por la tradición y disfrutarlos en compañía y, mayormente, con música flamenca.
- **Integración de opuestos.** El mito del Edén implica la existencia de opuestos que el Sí-Mismo busca que integremos -asimilemos- y que podemos integrar/asimilar mediante la consciencia y la atención a nuestro camino de individuación.

Todos estos aspectos iluminados por el mito, tanto en el contexto cultural de la cultura gitana (que trataré de exponer más adelante), como en el hecho gastronómico de los hinojos, revelan matices del entramado psicológico del mito del Edén. En este sentido, dado que el mito del Edén se vive o se pone en funcionamiento mediante los hinojos y revela cuestiones existenciales, se podría decir que:

- El mito del Edén puede experimentarse como mito gastronómico.
- El mito del Edén es un mito gastronómico presente en la Gastronomía gitana.

²⁷ C. Hincapié Hurtado, «El drama del paraíso», Revista Camino, Vol.1, n°5, 21.

- El mito del Edén se asimila culturalmente mediante esta imagen arquetípica del Sí-Mismo, la transubstanciación (esta cuestión la iré desarrollando a lo largo del trabajo).

Así, «naturaleza» y «sociedad mayoritaria como lugar de sufrimiento» (la tierra en el sentido bíblico), se revelan como imágenes enfrentadas en un nudo narrativo o conflicto de opuestos que:

- Se resuelve mediante la introducción de los hinojos (como imagen del Edén) en la experiencia gitana diaria imbuida en la sociedad mayoritaria (como imagen del mundo que hereda el ser humano tras la caída o expulsión del Edén).
- Se asimila (a través de los hinojos), permitiendo así a los gitanos españoles integrar una realidad psicológica difícil de digerir: Ser gitano -ser gitano totalmente- no es posible en la sociedad «no gitana». O, como mínimo, es difícil. Y es que las sociedades del siglo XXI hacen difícil vivir con una cosmovisión gitana, cuyos valores giran en torno a la naturaleza y su estacionalidad, la familia y la libertad.

Para terminar este apartado de la Psicocrítica, cotejaré los resultados obtenidos con la letra de la canción «Libres como el aire (Caravana)» de El Lebrijano,²⁸ para añadir a las correspondientes tablas:

- En el apartado «**Los hinojos y la idealización de un pasado en los caminos, rodeados de naturaleza**», las siguientes estrofas de la citada canción:

Gitanos en caravana, gitanos en caravana, vienen desde el horizonte mientras nace la mañana. Ay, ay, ay ... Caravanas, caravanas de gitanos, caravanas, caravanas de gitanos.	Llevan los pies sucios, llevan su mundo en las manos. Ay, ay, ay ... ¡Patriarca, patriarca, abre er camino, patriarca, abre er camino! Es el grano de la espiga es la solera del vino.
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

- En el apartado «**La identidad de los gitanos tiene un vínculo fundamental con los hinojos y con la libertad**», las siguientes estrofas de la citada canción:

Libres como el aire, libres como er viento, como las estrellas en er firmamento.	Gitanos en caravana, gitanos en caravana, vienen desde el horizonte mientras nace la mañana.	¡Patriarca, patriarca, abre er camino, patriarca, abre er camino! Es el grano de la espiga es la solera del vino. Libres como el aire,
-------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

²⁸ El Lebrijano «Libres como el aire (Caravana)»,
http://mappesonore.altervista.org/dettagli/dettaglio_branos.php?musicistabranos=24506

como nuestros pares y nuestros abuelos. Libres como han sido toítos nuestros muertos. Libres , somos libres , libres como er viento.	Ay, ay, ay ... Caravanas, caravanas de gitanos, caravanas, caravanas de gitanos. Llevan los pies sucios, llevan su mundo en las manos. Ay, ay, ay ...	libres como er viento, coma las estrellas en er firmamento.
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------

- En el apartado «**La sociedad mayoritaria como lugar de sufrimiento**», las siguientes estrofas de la citada canción:

"ten piedad de mis nietos y de los nietos de mis nietos! ¡Ten misericordia, María!, **cuando aquí ocurra lo que va a ocurrir.**

- En el apartado «**La importancia de los agentes externos en el proceso de sedentarización del pueblo gitano**», las siguientes estrofas de la citada canción:

[...] quizá alguna vieja egipciana extiende lentamente su memoria en la premonición. "¡Santísima Señora", murmura, "ten piedad de mis nietos y de los nietos de mis nietos! ¡Ten misericordia, María!, **cuando aquí ocurra lo que va a ocurrir.** ¡Téplale tu mano de diosa a esta vieja gitana que sabe la buena ventura!"

2.2. Interpretación contextual

La metodología de la Interpretación contextual también parte del psicoanálisis. Este apartado del análisis psicológico-simbólico es posible siempre y cuando aparezcan restos diurnos de la vida exterior en el fenómeno cultural analizado, en que las imágenes y símbolos descubiertos revelan una situación problemática.

2.2.1. Ejemplo práctico: La interpretación contextual de la receta de hinojos de mi familia

La realidad psicológica descrita en el apartado de Psicocrítica, me lleva a una realidad sociocultural e histórica, que pienso que revela una de las situaciones sociales que viven, en general, las personas de etnia gitana en España. Y es que, en gran parte, han sido obligadas a llevar una vida sedentaria alejada de «caminos de tierra, algún riachuelo y el brotar de plantas» (su Edén particular), debido a más de doscientas treinta leyes antigitanas dictadas en España²⁹ para obligarlos a integrarse en el «sistema-mundo capitalista»³⁰ que tan ajeno es a su cosmovisión.

²⁹ S. Agüero, *Resistencias gitanas*, 39

³⁰ P. Frigiliana, *El pueblo gitano contra el Sistema-Mundo: Reflexiones de una activista para el debate*, 18, citando a I. Wallerstein, *El capitalismo histórico*.

Esta realidad se traduce en numerosos obstáculos en la vida diaria:

- **Sistema educativo:** Por una parte, se promueve la escolarización de los niños gitanos, pero por otra, no solo no se incluye su cultura en los planes de estudio,³¹ sino que se obvia parte de su historia³² y se utiliza material didáctico que los ningunea como personas.³³
- **Sistema político:** Por una parte, se invitó a un representante del pueblo gitano, Juan de Dios Ramírez Heredia, a formar parte de constitución española con sus numerosos derechos para todos los ciudadanos españoles, pero por otra, las personas racializadas de etnia gitana (con rasgos que se entienden como «gitanos»: piel, cabello y ojos oscuros, con elementos estéticos característicos) viven cada día el racismo en el acceso a la vivienda y el acceso al trabajo.
- **Sistema social:** Por una parte, se promueve la integración del pueblo gitano, sin embargo, se tacha de «no gitanos» a las personas gitanas no racializadas y/o integradas en la sociedad mayoritaria, arrancándoles el reconocimiento de su identidad. El resultado es el fenómeno de los «gitanos invisibles»: personas de etnia gitana que, debido a sus rasgos físicos y/o socioeconómicos, no encajan en la imagen que la sociedad mayoritaria (y muchos gitanos) tienen de los gitanos. Así, se genera, una vez más, un molde en el que se supone que los gitanos deben encajar. De nuevo, se les impone una identidad.

³¹ Fundación Secretariado Gitano, «¿Por qué la historia y la cultura del pueblo gitano no salen en mis libros del cole?», <https://www.gitanos.org/actualidad/archivo/119514.html>

³² Fundación Secretariado Gitano, «Holocausto gitano, el Porraimos», <https://www.youtube.com/watch?v=-8f5cko44XY>

³³ Fundación Secretariado Gitano, «Campaña #YoNoSoyTrapacero, #YoNoSoyTrapacera», <https://youtu.be/DqBvpWbmdkQ>

3. MITOCRÍTICA DE HECHOS GASTRONÓMICOS

Siguiendo el modelo de la psicocrítica, Gilbert Durand da vida al término mitocrítica hacia los años 1970. Este sistema de interpretación trata de encontrar los mitos y símbolos que estructuran una obra de arte o producción cultural, entendiendo que todas sus imágenes, escenarios o situaciones son ilustraciones del mundo psíquico personal o colectivo. De este modo, se intentan desvelar los **complejos emocionales**, entendidos como «entidades psíquicas que están fuera de control de la mente consciente [y que] llevan una existencia en el oscuro reino del inconsciente, estando siempre a punto para impedir o reforzar el funcionamiento consciente»³⁴ o los sentimientos colectivos de la persona o grupo creador de la producción cultural, para después encontrar los arquetipos presentes y localizar «las distintas lecciones del mito y de las correlaciones entre una lección de un mito con otros mitos de una época o de un espacio cultural bien determinado».³⁵

3.1 Interpretación simbólica

En este apartado se analizan los símbolos universales (los que tienen algo en común con lo que representan) más ilustrativos del sentimiento base, la temática y el conflicto principal desde la perspectiva de la psicología de las profundidades y la poética del imaginario de Bachelard, con el objetivo de desvelar los complejos emocionales y sentimientos colectivos presentes en la cultura gitana española (y que considero, se puede extrapolar a la cultura gitana universal). Además, se aborda tanto el **aspecto manifiesto** (en este caso, el aspecto manifiesto gastronómico de los hinojos), es decir, la de los restos diurnos o la elaboración más o menos consciente de una situación personal, grupal, o social, como el **aspecto latente** (en este caso, el aspecto latente gastronómico en los hinojos) o el material inconsciente, que florece a través de la práctica del psicoanálisis. La distinción entre contenido latente y contenido manifiesto es la base de la Hermenéutica psicoanalítica,³⁶ y como tal se puede aplicar también a la interpretación de los hechos gastronómicos.

3.1.1. Ejemplo práctico: La interpretación simbólica de la receta de hinojos de mi familia

El conflicto principal queda ilustrado por el sentimiento base de libertad (representado por la imagen del Edén) y el sentimiento de sometimiento (ilustrado por la imagen de la sociedad mayoritaria). En este conflicto entre libertad y sometimiento, he encontrado un sistema simbólico en 3 actos que resumo a continuación:

a) Subida al monte y recogida de hinojos

- **Ascensión:** Presente en la acción de «ir al monte a recoger hinojos», la ascensión nos traslada al simbolismo espacial, de la verticalidad y al del impulso de ascensión en sí,

³⁴ E. Pascal, *Jung para la vida cotidiana*, 70-71.

³⁵ G. Durand, *De la mitocrítica al mitoanálisis. Figuras míticas y aspectos de la obra*, 343.

³⁶ I. Paraíso, *Literatura y Psicología*, 60.

que nos habla de «trascender la condición humana y penetrar en niveles sísmicos superiores (...) Pero, según un concepto más simplemente energético, la acción de subir (...) expresa la tensión creciente de los impulsos, trátase de las ideas de dominación o de otro instinto cualquiera.»³⁷ Dado que la caída del Edén es lo que convirtió al hombre en humano, con todos los sufrimientos que esto conlleva (Gen 3, 14-19), ascender de nuevo a un estado edénico responde al impulso o deseo de volver a un estado original «prehumano», es decir, de «presufrimiento», una especie de retorno. También se encuentra el tema de la ascensión «En el Fedro y el Banquete [donde] el alma humana opera una ascensión a fin de retornar a su patria y contemplar las ideas puras».³⁸ Se revela así otro sentimiento que ya he comentado: la nostalgia.

- **Recolectar:** Este «recoger los hinojos» respondería simbólicamente a «seleccionar» las partes de la naturaleza -de la propia naturaleza- que configuran la parte consciente, ya que la selección es un acto consciente. Quizás estos elementos conscientes correspondan a la identidad. Esto abriría la pregunta de dónde queda lo no-recolectado, lo no-seleccionado. Entiendo que en el inconsciente, y parte en la sombra.
- **Perfume:** Los «aromas anisados» trasladan a la imagen del perfume, relacionada con el simbolismo de lo aéreo.³⁹ Existe una relación de carácter universal entre el aire cargado de perfume y los sentimientos, la nostalgia y los recuerdos. Se han hecho eco de ella autores como Bachelard, Nietzsche (quién habla del aire como «materia misma de nuestra libertad»⁴⁰), San Juan de la Cruz, Marcel Proust o Diane Ackerman.⁴¹ En este sentido, el aroma de los hinojos, podría detonar o reforzar el imaginario edénico que se describe en este trabajo, relacionado con la experiencia de la naturaleza, convirtiendo los hinojos en símbolo de tal imaginario y determinando las proyecciones que se realizan sobre los hinojos como alimento en la construcción de la identidad de los gitanos españoles.
- **Camino:** El camino es un símbolo identitario del pueblo gitano. Se relaciona con sus raíces nómadas y aún hoy se asocia a la libertad. En la misma estela encontramos la carreta y los elementos presentes en la bandera gitana: el verde (simbolizando la naturaleza y los caminos), la rueda (simbolizando las carretas, la vida errante y, nuevamente, los caminos) y el cielo azul (simbolizando el cielo como único techo del pueblo gitano, es decir, simbolizando la vida nómada y la libertad).
- **Tierra:** En la tierra podemos encontrar un doble simbolismo. Por una parte, es la materia que se despliega bajo los pies del pueblo gitano errante (o de los gitanos que recogen hinojos), siendo así símbolo también del estado de libertad. Por otra parte, es también símbolo del continuo «des-tierra» al que se ha visto sometido el pueblo gitano, relacionado, a nivel simbólico, con el destierro del Edén y su consecuente vida de castigos para el ser humano (Gen 3, 14-19), incluso con el Éxodo, relacionado también con un pueblo oprimido errante (Ex, 12,1- 15,21).

³⁷ J. Chevalier - A. Gheerbrant, *Diccionario de los símbolos*, «Ascensión», 100.

³⁸ Ídem, «Ascenso» 144.

³⁹ J. Chevalier - A. Gheerbrant, *Diccionario de los símbolos*, «Perfume», 364.

⁴⁰ J. Chevalier - A. Gheerbrant, *Diccionario de los símbolos*, «Aire», 75.

⁴¹ D. Ackerman, *Una historia natural de los sentidos*, «Olfato».

- **Jardín:** «Un jardín comienza en la intimidad de una mano tocando la tierra...».⁴² De este modo, el espacio en el que se recogen los hinojos se convierte en un jardín, es decir, en el Jardín del Edén. Dado que Edén, como otros jardines mitológicos, es un lugar en el que sus habitantes están protegidos divinamente.⁴³ El espacio en el que se recogen los hinojos, solo por ser este espacio, se convierte en un símbolo del Edén. Recoger hinojos se convierte a su vez en una actividad sagrada. Donde crecen los hinojos, puede uno ser gitano sin peligro. Donde crecen los hinojos, está uno a salvo siendo gitano.
- **Verde:** El color verde de los espacios en los que se recogen hinojos es también color de la franja inferior de la bandera gitana, así como de las dos franjas, la superior y la inferior, de la bandera de Andalucía. El verde es el color de la primavera (que como estación que sigue al gélido y gris invierno, también contiene un gran simbolismo de vida VS muerte), de la salud y de la naturaleza. También de la esperanza, de la juventud y de la fertilidad. «El verde es más que un color; el verde es la quintaesencia de la naturaleza; es una ideología, un estilo de vida: es conciencia medioambiental, amor a la naturaleza y, al mismo tiempo, rechazo de una sociedad dominada por la tecnología».⁴⁴

b) La vuelta a la ciudad

- **Descenso:** El descenso se relaciona con lo humano. Al igual que Dios desciende a la tierra como Cristo, y ésta es la única forma en la que los humanos podemos «asimilarlo», al quedar todo su mito simbolizado en el pan consagrado, que nos alimenta porque es «pan de vida», «pan del cielo», «pan de Dios» (Jn 6, 34-50), también es descendiendo como se hace posible asimilar finalmente (mediante la imagen arquetípica de la transustanciación) toda la realidad psicológico-simbólica de los hinojos para el pueblo gitano.
- **Caída:** En la línea del símbolo del descenso se encuentra el símbolo de la caída de ese Jardín del Edén. En este caso con el matiz de «la expulsión» (del Edén) de la vida nómada, errante, de la vida vivida bajo las propias leyes y, en cuanto a cocina se refiere, en sintonía con la naturaleza y sus ciclos, con el aquí y el ahora.
- **Ciudad:** La ciudad es el lugar en el que se materializa la caída. El simbolismo de la ciudad es aquí un simbolismo complejo por su imposibilidad de conectar con lo sagrado. La ciudad o su periferia son lugares en los que los gitanos han sido, en gran medida, obligados a instalarse y en cuya construcción o ideación no han participado con su cosmovisión. Así, se ven obligados a habitar ciudades que representan doctrinas que no son las suyas. De este modo, la ciudad y su periferia se convierten en una prisión, en una cárcel, en el lugar que simboliza lo «no gitano» y donde se les obliga a ser «no gitanos», a «integrarse».
 - **Prisión:** La ciudad convertida en prisión se convierte así en el lugar en el que se cumple condena. La ciudad como prisión contiene así todo el simbolismo del lugar al que queda desterrado el gitano -el ser humano- tras su caída del Jardín del Edén.

⁴² ARAS, *The book of symbols*, «Garden», 146.

⁴³ Ídem.

⁴⁴ E. Heller, *Psicología del color*, «Verde», 105.

c) **Cocina y disfrute de los hinojos**

- **Cocinar:** Cocinar es transformar, es dar un significado personal, local o comunitario a los alimentos y es también «hacer asimilable». Cuando cocinamos, partimos de ingredientes separados que pueden tener significado por sí mismos. Sin embargo, cuando se cocinan, su estructura, su forma y su sabor cambian para dar lugar a otra cosa, a algo nuevo o diferente que antes no existía. En este sentido, cocinar es también crear una realidad nueva que, simbólicamente, quizás sea más asimilable.
- **Ingredientes (almendras, pan duro, ajo, comino, azafrán, vinagre):** Los ingredientes elegidos para cocinar los hinojos son los ingredientes de la receta malagueña de las «papas en adobillo» (almendras, pan duro, ajo, comino y vinagre) receta que pertenece a la llamada «cocina de subsistencia». Así, cocinar los hinojos con una receta, cuyo origen apunta a Andalucía en general y a Málaga en particular, puede ser una forma simbólica de reunir dos realidades (la gitana y la no-gitana malagueña) para dar lugar a una realidad nueva: la gitana-malagueña. En este sentido, la historia de un pueblo, o de una familia, puede quedar contenida simbólicamente en una receta. Es posible que la receta «hinojos en adobillo» simbolice el momento en el que la rama familiar de la que provengo, se instala en Málaga. Por otra parte, estos ingredientes cumplen con el requerimiento que debe tener una receta o un plato para considerarse gitano: sabores, colores y aromas intensos, símbolo de alegría e intensidad emocional.

El ir a recoger hinojos, prepararlos y compartirlos forma parte del contexto de la cultura gitana, que se forma en Europa, concretamente en España. De este modo, los hinojos representan el estilo de vida y la cosmovisión gitana, expresada en el texto de introducción de la receta.

En cuanto al **contenido manifiesto**, en el que busco lo que esta receta nos dice sobre la cultura gastronómica gitana, podemos observar que los ingredientes utilizados en esta receta se podían encontrar en los caminos (hinojo, ajo, almendras, comino, azafrán), o transportar de manera sencilla (aceite de oliva), o surgían con el transcurrir del tiempo (pan del día anterior, vinagre). Esto refleja el estilo de vida original de los gitanos, así como una característica fundamental de su gastronomía: cocinar con lo que hay aquí y ahora. Es decir, la práctica de una «**cocina de aprovechamiento**».

La cocina de aprovechamiento introduce aquí el **contenido latente**, en el que también busco lo que esta receta nos dice sobre la cultura gastronómica gitana. Dicho contenido, revela un tipo de cocina que representa la experiencia humana de formar parte de un todo e interactuar con este todo, en el sentido de que se sirve de lo que hay, de lo que da la naturaleza y/o el momento. Emerge así de nuevo, la imagen del Edén: el ser humano inmerso en el paraíso, formando parte de la naturaleza o el momento presente, que provee todo lo que el ser humano necesita. No es necesario que el ser humano se preocupe por nada, todo está ahí, todo está al alcance de la mano. Esta idea forma parte de la cosmovisión gitana y por tanto, de su gastronomía, basada en la cocina de la comunidad, la **cocina tradicional**. Estaríamos así ante una **mitología gastronómica colectiva** en tanto que se trata de platos y rituales que no

han sido creados o diseñados por una persona en concreto, sino que son una representación natural o una consecuencia de la cosmovisión y la realidad socioeconómica de un grupo humano, en este caso, de los gitanos españoles.

En el extremo opuesto, está la experiencia humana de estar fuera del todo y servirse del mundo para construir/crear/cocinar. Emerge así de nuevo, la imagen de la ciudad o «sistema-mundo capitalista»: el ser humano fuera de la naturaleza, como diseñador o constructor del mundo/plato. Esta idea está representada por un tipo de cocina diferente, conocida como «**cocina creativa**», la cocina de los artistas con nombres y apellidos, la «cocina de autor». La cocina que solo es posible si el ser humano se sabe separado de la naturaleza, sometiéndola, usándola como herramienta para sus fines «artísticos». Es la cocina del individuo, es la cocina de la innovación.

Así, este análisis revela una de las polaridades gastronómicas más recurrentes: la oposición entre la **gastronomía tradicional** (relacionada con la comunidad), que quedaría enmarcada en lo que considero las «**mitologías gastronómicas colectivas**»; y la **cocina innovadora o creativa** (relacionada con el individuo), que quedaría enmarcada en lo que considero las «**mitologías gastronómicas creativas**».⁴⁵

3.2. Interpretación arquetipal

El objetivo de la interpretación arquetipal es descubrir en los relatos de la cultura, texto o persona, en este caso del texto de la receta de hinojos de mi familia, las estructuras arquetípicas que contiene (mitemas), que pueden ser tanto motivos, como temas, como situaciones dramáticas. Esto es lo que James Hillman llamó «reversión».

3.2.1. Ejemplo práctico: La interpretación arquetipal de la receta de hinojos de mi familia

- **Senex:** El senex o viejo sabio es un arquetipo relacionado con la sabiduría y la tradición. Aunque puede adoptar múltiples formas, en esta receta aparece como la persona que transmite la tradición y por tanto, la identidad. Como apunta Jung,⁴⁶ el viejo sabio es un arquetipo que puede hacernos preguntas como «¿Quién eres?», «¿de dónde vienes?» o «¿a dónde vas?». La receta de los hinojos se convierte así en un objeto mágico transmitido por «el viejo sabio» que nos recuerda quiénes somos (gitanos españoles), de dónde venimos (venimos de un pasado nómada, de un contexto en el que la cocina de aprovechamiento o de subsistencia era necesaria. Somos gitanos y cocinamos platos sabrosos, aromáticos y coloridos) y a dónde vamos (vamos al monte a recoger hinojos para recordar quiénes somos). En su forma positiva, el senex es un guía. A modo de brújula nos recuerda la tradición, nos recuerda quiénes somos. En su forma negativa o de sombra, nos lleva a la inmovilidad, evitando el desarrollo, el progreso, la revitalización o reinterpretación,

⁴⁵ La «mitología creativa» es un concepto de Joseph Campbell. La define como una vertiente de la mitología que «no surge, como la teología, de los dictados de la autoridad, sino de las intuiciones, los sentimientos, el pensamiento y la visión de un individuo idóneo fiel a los valores de su experiencia». J. Campbell, *Las máscaras de Dios. Mitología Creativa*. Volumen IV, 30.

⁴⁶ Ídem, 203.

modernización o revisión de las costumbres, pudiendo quedarse en una excesiva teorización o intelectualización. Ambos aspectos, luz y sombra, podemos observarlos en el pueblo gitano, poniendo de manifiesto la propia condición humana, que siempre se mueve entre opuestos. Por una parte, el pueblo gitano es la etnia más antigua de Europa que mantiene ciertas características culturales comunes. Esta «resistencia» a ser asimilados y diluidos en la cultura mayoritaria es lo que ha llevado a la etnia gitana a sobrevivir como tal. Sin embargo, también es a menudo el motivo -unido a otras cuestiones socioeconómicas que he esbozado en el apartado de la Interpretación contextual- por el que algunas personas de etnia gitana se han visto desfavorecidas socialmente (por ejemplo, por la creencia tradicional mantenida aún hoy por algunas familias de que la escolarización de los niños no es necesaria o deseable). Esta cuestión me lleva al siguiente arquetipo:

- **Puer aeternus:** Los hijos quedan vinculados al idealismo y a emociones como la nostalgia de los orígenes y el rechazo o la rebeldía ante una realidad experimentada (la sociedad mayoritaria y la cosmovisión capitalista), así como el deseo de huir de ella, mediante su evocación del mito del Edén. Ponen así en escena también una actitud infantil provocada por un «sentirse desvalido», en «un callejón sin salida» o por la creencia de que la posibilidad de cambiar la realidad no está en las propias manos. Todo esto pone de manifiesto el arquetipo del Puer aeternus, que es «la imagen de ciertas cosas de la propia infancia que hemos olvidado (...) [y] representa el aspecto preconsciente de la infancia del alma colectiva».⁴⁷ Este arquetipo manifiesta que «el estado presente se ha puesto en contradicción con el estado infantil».⁴⁸ En este sentido, los hijos funcionarían como una «máquina del tiempo» que permiten a los gitanos españoles viajar, una y otra vez, a ese estado cultural percibido como «original».
- **Madre:** en los hijos encontramos, en la imagen del Jardín del Edén, el arquetipo de la madre en su expresión de «madre naturaleza», como una especie de «madre patria» que, en el caso gitano, parece no ser un país, sino la naturaleza en sí. Campbell nos recuerda que «en prácticamente todas las tradiciones religiosas del mundo (con muy pocas excepciones) encontramos que el individuo aspira a ponerse de acuerdo con la naturaleza, con su naturaleza, y que eso le proporciona salud tanto física como psicológica».⁴⁹ Entiendo que el sentimiento de identidad, de pertenencia a un grupo, puede ser también un sentimiento religioso y que, en este sentido, los hijos representarían a la madre naturaleza por una parte, y a la naturaleza de los gitanos como etnia, por otra. Habitar tal naturaleza, en ambos sentidos, les ayudaría a mantener, «la salud tanto física como psicológica». En el sentido de «madre patria», el arquetipo de la madre está relacionado con la sensación de hogar, de ser hogar de uno mismo, de tener un hogar como etnia, cuestión que me lleva al siguiente arquetipo:
- **Sí-Mismo:** Este hogar es, o forma aparte de la propia naturaleza, del Sí-Mismo. Si el Sí-Mismo es el precursor y centro de la individuación, es posible que la identidad

⁴⁷ C. G. Jung, *Los arquetipos y lo inconsciente colectivo*, 149.

⁴⁸ Ídem, 150.

⁴⁹ J. Campbell, *Diosas*, 56.

gitana esté en proceso de individuación, no solo en los gitanos, sino en la población en general. En la práctica, esto puede traducirse en la toma de conciencia de que su identidad como etnia se forjó en unas dramáticas circunstancias que han creado una herida, con sus complejos, que necesita ser sanada o integrada por la totalidad de la población, para asimilar de una vez por todas que «el pueblo gitano se formó en Europa y es tan europeo como el resto de los europeos».⁵⁰ Es decir, que lo gitano forma parte de la identidad Europea y que Europa forma parte de la identidad gitana, poniendo así de manifiesto el carácter unificador del Sí-Mismo. Siguiendo la estela unificadora del Sí-Mismo, me gustaría compartir que a lo largo de este trabajo he descubierto que, como he expuesto anteriormente, la manera en la que se cocinan los hinojos en mi familia es esencialmente andaluza, concretamente malagueña, y responde a distintas recetas «en adobillo» como, por ejemplo, las «patatas en adobillo». En este sentido, preparar los hinojos -ingrediente tan gitano- a la manera malagueña, puede indicar también una unión, una mezcla, una sinergia, con la cultura malagueña y una forma de señalar que «a partir de cierto momento nos instalamos en Málaga». Así, la imagen arquetípica de la transubstanciación queda activada aquí por la palabra «hinojos» y todo el imaginario que pone en marcha. A su vez, los hinojos actúan como pantalla, es decir, como un «... lugar donde opera el azar objetivo, lo que hace posible el encuentro, o la coincidencia, entre el mundo exterior y la interioridad»⁵¹, o la sincronicidad. En esta interioridad sucede la vivencia del mito (gastronómico) del Edén con su ascensión y caída, mediante el que se «asimila» un conflicto que parece fragmentar la psique de los gitanos (ser gitano en un contexto que, en gran parte, no les permite ser gitanos), pero que a su vez lanza un poderoso mensaje: al comer hinojos, es posible seguir siendo gitanos, a pesar de la expulsión del «paraíso gitano», o aún viviendo en un mundo «no gitano». Así, la transubstanciación parece ser una imagen arquetípica del Sí-Mismo y, en esa medida, impulsa la totalidad o unión de la psique en la medida que promueve «la integración de contenidos colectivo-inconscientes».⁵²

3.3. Amplificaciones arquetípicas

Las imágenes encontradas hasta ahora pueden ser aclaradas mediante relatos análogos que contienen los mismos arquetipos. En el caso de la gastronomía, cada arquetipo podemos encontrarlo en diferentes culturas, fenómenos y hechos gastronómicos. A veces con expresiones similares, otras, con expresiones distintas, como veremos en las siguientes amplificaciones:

3.2.1. Ejemplo práctico: Amplificaciones arquetípicas de la receta de hinojos de mi familia

- **Senex:** Este arquetipo nos habla de esa parte de la cultura gastronómica relacionada con la tradición o identidad de grupo, ya se entienda el grupo como etnia (por ejemplo, la gastronomía bereber), como país (por ejemplo, la gastronomía alemana),

⁵⁰ D.M. Sánchez, *Historia del pueblo gitano en España*, 12.

⁵¹ V. Cirlot *La visión abierta. Del mito del grial al surrealismo*, 38.

⁵² C.G. Jung, *Aion, Contribuciones al simbolismo del Sí-mismo*, 29.

como continente (por ejemplo, la gastronomía americana), como comunidad moral, política o ideológica (por ejemplo, la gastronomía vegana), como comunidad religiosa (por ejemplo, la gastronomía cristiana) o como la propia familia (por ejemplo la gastronomía familiar). Un ejemplo lo vemos en estas palabras de la chef Margarita Carrillo Arronte, que habla de su tradición gastronómica familiar:

La tradición familiar, mi amor por México y el respeto por los ingredientes y la cultura ancestral han impulsado mi pasión por la gastronomía. Valores familiares que giran en torno al hecho de cocinar y de compartir y disfrutar de la comida con tus seres queridos; en familia, el gusto por la buena mesa se ha transmitido de madres a hijas, y mi padre, por su parte, lo cultivaba y fomentaba.⁵³

El Senex aparece así, no solamente en los **productos** de la tradición gastronómica en sí (por ejemplo, recetas, técnicas de cocina, herramientas, textos culinarios, restaurantes de comida tradicional y sus menús...) sino en la **persona** que nos la transmite. La chef Margarita Carrillo Arronte menciona a menudo a su abuela, figura que para muchas personas representa el arquetipo del Senex, arquetipo que también puede estar representado por otro familiar, vecino o cualquier persona transmisora de la cultura o tradición gastronómica.

- **Puer aeternus:** Este arquetipo tiene una fuerte presencia en lo que podemos llamar la «cultura gastronómica contemporánea global» promovida en las redes sociales, inicialmente, sobre todo, por Instagram mediante los *hashtags*. Una de las expresiones del Puer aeternus, en dicha cultura, podemos encontrarla en la ideología *food porn*, «que consiste en la presentación glamorosa de fotos de alimentos, espectáculos culinarios u otros medios visuales, con la idea principal de promover su consumo».⁵⁴ El *food porn* pone el foco, no en el valor nutricional o cultural (en el sentido de «tradición»), sino en la provocación de apetito, que suele conseguir promoviendo alimentos con altos contenidos en azúcares, grasas saturadas y calorías. Un cocinero muy alineado con esta tendencia es David Muñoz, defensor del «goxismo», término procedente de «la palabra "goxo" [que] es muy popular y conocida por todos. Podríamos decir algo así como "Goxo, persona que disfruta a lo grande de comer y es goloso/a por naturaleza"». ⁵⁵ Además, tocando la literalidad, podemos encontrar la figura del cerdo, el puer, entre la iconografía presente en los restaurantes y su marketing. A veces, en forma de cerdo volador que parece salir de la pared,⁵⁶ otras, en forma de emoji en la biografía de sus cuentas de Instagram.⁵⁷ Así, este «comer por los ojos», es una de las características de este estilo de corrientes como el *food porn* y de marcas como las de David Muñoz, en las que emerge el arquetipo del puer aeternus,

⁵³ M. Carrillo Arronte, *México Gastronomía*, 9.

⁵⁴ https://es.wikipedia.org/wiki/Pornograf%C3%ADa_alimentaria#cite_note-1

⁵⁵ J. Romero, «Cristina Pedroche y Dabiz Muñoz: el "goxismo" como forma de vida», https://www.cadena100.es/querer/pareja/noticias/cristina-pedroche-dabiz-munoz-goxismo-como-forma-vida-20200512_715277

⁵⁶ A. Luengo, «Diverxo, el país de las maravillas», <https://www.elle.com/es/living/elle-decoracion/news/g657031/decoracion-diverxo-david-munoz/>

⁵⁷ <https://www.instagram.com/elgoxo/?hl=es>

vinculado a ese estado infantil en el que deseamos comer solo lo que nos apetece, gusta, huele bien y tiene buena pinta, sin pensar en cómo sienta a nuestro cuerpo, mente y espíritu, si nos aporta nutrientes, los valores que promueve o las consecuencias que tiene para el medio ambiente. Estos productos culturales (el concepto de *food porn*, la marca David Muñoz y sus restaurantes y filosofía gastronómica) ponen de manifiesto una característica de las sociedades en las que cala esta «cultura gastronómica global-digital», y es que el alimento, y todo lo que lo rodea, ha perdido su aspecto sagrado, quedándose, a menudo, en puro espectáculo, aspecto que forma parte de la sombra del puer aeternus.

- **Madre:** Como todos los arquetipos, el arquetipo de la madre también ofrece diversos aspectos. En esta ocasión, me gustaría amplificar los aspectos descubiertos en la receta de hinojos. Su aspecto de «madre patria» u «hogar», puede ser amplificado mediante la tendencia gastronómica del *comfort food*, «cuyo origen se remonta a los años 70 y que repunta en España varias décadas después, [que] pone el foco en la cocina tradicional (y castiza) que nos hace sentir como en casa; que nos conecta emocionalmente con rincones de nuestra memoria. Sin tensión intelectual ni trampantojos».⁵⁸ De este modo, el *comfort food* equilibraría los aspectos de la sombra del senex (excesiva teorización o intelectualización) y los del puer aeternus (que llevando la nostalgia, la diversión y las sensaciones al extremo, olvida el aspecto nutricional, tradicional y medioambiental de la comida). En su aspecto de «madre naturaleza», me gustaría amplificar el arquetipo de la madre con la filosofía gastronómica *slow food*, conceptualizada por Carlo Petrini y explicada en su libro «Bueno, limpio y justo»,⁵⁹ en el que pone de manifiesto los problemas que la humanidad está experimentando debido a las consecuencias negativas de la globalización y del modelo agrícola industrial (como, por ejemplo, problemas de salud pública, pérdida de patrimonio agrícola, pérdida de sabores, es decir, homogeneización del sabor, cambio climático, pérdida de la calidad nutritiva de los alimentos, degradación de los procesos en los que se fundamenta la vida en el planeta y «aumento de la separación de la gente respecto a la naturaleza»,⁶⁰ etc.). En contrapartida (e, interpreto que, a modo de compensación, o sanación) la filosofía *slow food* expresa ideas (que resultan estar en absoluta sintonía con la cosmovisión gitana que queda patente a través de la receta de los hinojos), como «Desearía que la comida que tomo no prive de comida a otros en el mundo. Me gusta la gente de campo, su modo de vivir la tierra y de saber apreciar lo bueno. Lo bueno es de todos; el placer es de todos, porque está en la naturaleza humana».⁶¹

Finalmente, me gustaría amplificar un aspecto de «naturaleza humana» presente en el arquetipo de la madre, con el acto de amamantar como fenómeno cultural que expone Aida Martín Redon en las conclusiones⁶² obtenidas en su TFM, titulado

⁵⁸ A. Poyo, «¿Qué es la 'comfort food' y dónde comerla?»

<https://www.vogue.es/living/articulos/comfort-food-restaurantes-platos-caseros/33914>

⁵⁹ C. Petrini, *Bueno, limpio y justo*.

⁶⁰ Ídem, 271.

⁶¹ Ídem, contraportada.

⁶² «Lactancia y placer sexual», <https://iunives.com/lactancia-placer-sexual/>

«Aproximación cualitativa a la dimensión placentera del acto de amamantar». Amamantar es alimentar. La leche materna, como primer alimento que suele probar el ser humano tras su nacimiento, tiene un componente de «alimento original» (entendiendo siempre «original» como procedente del origen), vinculado también a la imagen del Edén. Tanto la leche materna, como el acto de amamantar, forman parte de la naturaleza humana. Amamantar tiene componentes culturales en la luz, esto es, aceptados por la sociedad y vinculados con la imagen aceptada de «madre», como por ejemplo: nutrir, alimentar o sacrificarse por el hijo. Sin embargo, también tiene componentes que culturalmente están en la sombra, quedando así relegados al ámbito de lo tabú. Son estos los componentes que expone Aida Martín Redon en sus conclusiones, manifestando que:

«Muchas mujeres viven el acto de amamantar como un acto acompañado de placer sexual (de múltiples formas pero incluyendo sensaciones genitales, palpitaciones e incluso orgasmo). En la gran mayoría de ocasiones, se vive con culpa, pues se asocia a una experiencia incestuosa, y se tiende a interpretar como algo poco adecuado. A pesar de vivirse con inquietud y extrañeza, no suele comentarse al personal sanitario.»

Con este ejemplo, y manteniendo en mente la idea de Campbell de que acercarse a la propia naturaleza ayuda a la salud física y psicológica, se puede observar cómo aceptando de manera crítica el eje «sacrificio» (aspecto de la madre luminoso en nuestra cultura) - «placer» (aspecto de la madre sombrío en nuestra cultura), la sociedad podría experimentar la figura de la madre de una manera más natural y saludable, contribuyendo a la salud física y psicológica de las mujeres, así como a la salud psicológica de nuestra sociedad.

- **Sí-Mismo:** Me gustaría amplificar el arquetipo del Sí-Mismo con el fenómeno cultural de las «Galletas de la alegría», que explico a continuación. El Sí-Mismo es un arquetipo unificador que impulsa la individuación. Considero que las «Galletas de la alegría» son fruto del proceso de **individuación** (entendida como «encarnación y revelación de Dios mismo. Con ello el propio devenir del hombre adquiere un significado cuya trascendencia apenas se ha estimado todavía adecuadamente. Pues el exceso de exterioridad cierra el paso a la experiencia interior inmediata.»)⁶³ de Hildegard von Bingen, quien llegó a escuchar una voz del cielo que le decía «Proclama estas maravillas, escribe lo que has aprendido y dilo».⁶⁴ Hildegard von Bingen finalmente hizo caso a esta voz (que quizás podría ser el Sí-Mismo o el Dios dentro de ella) y escribió diferentes libros. Fruto de éstos escritos, varios siglos más tarde, el Dr. Gottfried Hertzka desarrolla junto a su discípulo el Dr. Wighard Strehlow la llamada «Medicina de Santa Hildegarda». Esta medicina, resulta ser una medicina unificadora de cuerpo-mente-espíritu, buscando una salud física, psicológica y espiritual⁶⁵ (también llamada, medicina holística), cimentada en diversas pautas alimentarias bajo las que nacen las galletas de la alegría, que se basan en en las

⁶³ C. G. Jung, *Civilización en transición*, 255.

⁶⁴ V. Cirlot, *La mirada interior*, 49.

⁶⁵ W. Strehlow - G. Hertzka, *Manual de medicina de Santa Hildegarda*, 12.

indicaciones del *Physica* de Hildegard en el capítulo XXI «Nuez moscada».⁶⁶ Me llama la atención que, tanto la medicina Hildegariana, como su vida, dejan entrever las cualidades mediante las que Jung considera que «la imagen de Dios que hay en nosotros»⁶⁷ se manifiesta: prudencia, justicia, moderación, virtud, sabiduría, disciplina.

- **Transubstanciación:** Considero que la transubstanciación aparece como imagen arquetípica del Sí-Mismo cada vez que el ser humano, movido por un deseo de transformación interior o exterior, experimenta que, consumiendo un alimento (al que ha imbuido de significado, es decir, al que ha mitologizado), transforma su realidad interior y/o exterior. Este deseo de transformación puede operar en el reino de lo consciente o en el de lo inconsciente.

Sea como sea, parece ser que puede ser revelado y analizado mediante el análisis psicológico-simbólico de hechos gastronómicos. Para lograrlo, considero que es de gran utilidad comprender, a modo de introducción a la ley de las **correspondencias simbólicas**, el pensamiento mágico con sus dos leyes básicas, tal y como las explica sir James Frazer. La primera es la **ley de semejanza**, según la cual lo semejante produce lo semejante, o los efectos se asemejan a sus causas. Mediante esta ley, «el mago deduce que puede producir el efecto que desee sin más que imitarlo».⁶⁸ La segunda, es la **ley de contacto**, mediante la que todo lo que se haga con un objeto material, afecta de la misma manera a la persona con la que éste estuvo en contacto.⁶⁹ Teniendo esto en cuenta, es posible entender dos costumbres primitivas: La de ingerir el cuerpo del dios y la de ingerir al enemigo. Y es que como lo semejante produce lo semejante (ley de semejanza) y estar en contacto con un cuerpo material lo convierte en semejante o contiguo (ley de contacto), sucede que «comiendo el cuerpo del dios, [el ser humano] compartirá los poderes y atribuciones del dios»,⁷⁰ y «comiendo la carne de un animal u hombre, adquiere no solo las cualidades físicas, sino también las cualidades intelectuales y morales que son características del animal u hombre».⁷¹

Son estas leyes o creencias (ley de semejanza y ley de contacto) las que considero que hacen posible la proyección de valores, atributos, virtudes, sentimientos, emociones y conflictos sobre un alimento en el contexto de la transubstanciación como imagen arquetípica del Sí-Mismo, convirtiendo también tales valores, atributos, virtudes, sentimientos, emociones y conflictos en **correspondencias** del alimento, lo que a su vez permite experimentar la **sincronicidad**, que «considera que la coincidencia de los acontecimientos en

⁶⁶ H. Von Bingen, *Physica. Libro de medicina sencilla. Libro sobre las propiedades naturales de las cosas creadas*, 38.

⁶⁷ C.G. Jung, *Aion: Contribución a los simbolismos del Sí-mismo*, 45.

⁶⁸ J. G. Frazer, *La rama dorada*, 23.

⁶⁹ Ídem, 23.

⁷⁰ Ídem, 397.

⁷¹ Ídem 391.

el espacio y el tiempo significa algo más que mero azar, a saber, una peculiar interdependencia de eventos objetivos, tanto entre sí, como con el estado subjetivo (psíquico) del observador u observadores». ⁷² La relación entre la sincronicidad y la teoría de las correspondencias queda aclarada aquí:

«Correspondencia es la palabra clave. Lo señala Jung en su texto, y es explícito en su carta a J. R. Smythies [...]. Definiendo «la psique como intensidad no desplegada en el espacio» y «el cerebro como convertidor (...) para transformar la tensión de intensidad relativamente infinita de la psique en sí en frecuencias o “extensiones” perceptibles», Jung continúa refiriéndose a «un principio de explicación nuevo (en realidad, muy antiguo), **la sincronicidad, nueva expresión para la antigua teoría de las correspondencias** (...) Leibniz, el último pensador medieval, el último en pensar todavía en *términos* de totalidad, explicaba el fenómeno *por* medio de cuatro principios: espacio, tiempo, causalidad y correspondencia (armonía preestablecida)». En la misma carta subraya **la clave emocional de la sincronicidad**: “Las coincidencias de sentido se producen en ciertas condiciones psíquicas que apelan particularmente a la emoción”». ⁷³

Aunque con la aparición del pensamiento científico, el ser humano comenzó a considerar ineficaz las prácticas que rodean a la transubstanciación (que, como fenómeno psíquico, opera bajo el pensamiento mágico y las leyes de semejanza y de contacto presentes en la ley de correspondencias o la sincronicidad), he llegado a la conclusión de que la creencia (quizás más bien inconsciente) en la transubstanciación aún hoy nos lleva a ingerir alimentos para asimilar sus valores, atributos, virtudes, sentimientos, emociones y conflictos, dramatizados por un **mito**. Tal mito, con su drama inherente y arquetipos, se puede desvelar mediante el análisis psicológico-simbólico, demostrando así que, de hecho, se produce la mitologización de los alimentos. Tales valores, atributos, virtudes, sentimientos, emociones y conflictos son atribuidos a un alimento o hecho gastronómico mediante el proceso junguiano de la **proyección**. ⁷⁴

Pienso que con la llegada del imperio de la razón y la casi exclusividad del pensamiento científico, la transubstanciación, junto a las leyes mágicas bajo las que opera como fenómeno cultural, se instaló, a modo de imagen arquetípica, en el inconsciente, y que aún hoy controla gran parte de nuestro pensar, experimentar y obrar en torno al alimento, dando lugar y estructurando así lo que hoy llamamos «Gastronomía», con todos los fenómenos culturales que orbitan a su alrededor. Desde este enfoque, casi cualquier hecho

⁷² C.G. Jung Prefacio al *I Ching o Libro de los Cambios*, Traducción de Richard Wilhelm, citado en R. Ritsema, R. - S.A. Sabbadini - C. Mañas, C. (Traducción directa), *I Ching, El libro de los Cambios. El Proyecto del I Ching de Eranos*, 27.

⁷³ C.G. Jung, Introducción a la Edición Española por Enrique Galán Santamaría de *La dinámica de lo inconsciente*, 25.

⁷⁴ La proyección como concepto junguiano referente a «un proceso inconsciente, automático, mediante el cual un contenido inconsciente para el sujeto se traslada a un objeto, apareciendo así como si perteneciera a éste. En cambio, la proyección cesa en el momento en el que se vuelve consciente, es decir, cuando el contenido es visto como perteneciente al sujeto». C. J. Jung, *Los arquetipos y lo inconsciente colectivo*, 59.

gastronómico puede convertirse en una amplificación de esta imagen arquetípica del Sí-Mismo, la transubstanciación, ayudando a comprender, como dice la Guía Metodológica para el análisis psicológico-simbólico de Antoni Pou, que «[A] los aspectos comunes [del arquetipo] muestran la universalidad del arquetipo, [B] los aspectos diferentes [del arquetipo], los matices diversos con que puede aparecer, o los revestimientos culturales que puede ir adaptando». ⁷⁵ Así, me gustaría amplificar esta imagen arquetípica del Sí-Mismo, la transubstanciación, mediante diversos ejemplos de distintas culturas y momentos históricos:

1) La costumbre de los chamanes o curanderos huicholes de México de comer trocitos del cuerpo del dios (personificado en una estatuilla de ceniza volcánica solidificada y embadurnada de sangre) basándose en la creencia de los fieles de que «el poder para curar y un conocimiento secreto podían adquirirse comiendo un poco del cuerpo del dios». ⁷⁶

2) La costumbre de los daykos de Sarawak, que «ingerían las palmas de las manos y la carne de las rodillas de sus víctimas, con el fin de hacer firmes sus propias manos y fortalecer sus rodillas». ⁷⁷

3) Los textos de la web de la marca de agua embotellada «Numen». En este caso, como suele ser común en nuestra época (siglo XX- siglo XXI), asistimos directamente al intento de creación de la proyección en la mente de los consumidores por medio de la publicidad:

Pura y natural, la palabra Numen representa etimológicamente la fuente de inspiración artística y un poder mágico. Al degustarla de la fuente original, Numen es un caballo ganador, ya que nos transporta a un momento gastronómico único. Su poder alquímico de elementos, incluyendo una mineralización precisa y propósitos curativos, dan como resultado una deliciosa promesa de felicidad. ⁷⁸

Siguiendo con este ejemplo, los consumidores de esta agua la beberían tratando de adquirir de manera inconsciente, a la vez que proyectar, un «poder mágico», una identidad basada en ser «fuente de inspiración artística», ser un «caballo ganador», vivir un «momento gastronómico único», ser «alquímicos», «precisos», «curarse»... en definitiva, sentir «una deliciosa promesa de felicidad». Esta idea permitiría entender por qué actualmente tenemos creencias (más o menos inconscientes) como que «beber cerveza artesana me hace más interesante» (racionalmente, la cerveza artesana no tiene ningún vínculo con «ser interesante», o, «cuando termino de trabajar me merezco un trocito de chocolate» (racionalmente, el chocolate no tiene ningún vínculo con el merecimiento). En estos casos también ocurriría la proyección

⁷⁵ A. Pou, «Guía metodológica para un análisis psicológico-simbólico de los fenómenos culturales».

⁷⁶ J. G. Frazer, *La rama dorada*, 389.

⁷⁷ Ídem 395.

⁷⁸ Web <http://aguanumen.com>.

de valores, atributos, virtudes, sentimientos, emociones y conflictos, con sus mitos, símbolos y arquetipos, sobre el alimento, y su posterior asimilación mediante esta imagen arquetípica del Sí-Mismo, la transubstanciación, que, en estos últimos casos, convierte al alimento en una suerte de «dios de los seres interesantes» o «dios del merecimiento».

Considero que esta imagen arquetípica del Sí-Mismo, la transubstanciación, es una imagen central de todos los hechos gastronómicos porque todo hecho gastronómico, aunque no sea un alimento, sino por ejemplo, una cuchara o un libro de recetas, apunta hacia cómo, por qué, con quién, cuándo... se va a realizar el acto de comer y, por lo tanto, experimentar la transubstanciación, añadiendo valores, atributos, virtudes, sentimientos, emociones y conflicto a la comida con la que finalmente se vincula tal hecho gastronómico.

A modo de aclaración final, me gustaría apuntar que la palabra «transubstanciación» surge en el entorno religioso-cultural del cristianismo y que por tanto, como concepto, está ligado a un contexto cultural y tiene connotaciones religiosas que no estoy teniendo en cuenta de forma completa en este trabajo. Dentro del cristianismo la transubstanciación es una doctrina, no solo un concepto.

Si embargo, he decidido utilizar esta palabra, «**transubstanciación**», de manera genérica para explicar un **proceso psíquico, fenómeno y/o experiencia humana** que considero **universal** y una **imagen arquetípica del Sí-Mismo**, porque no he podido encontrar ninguna más adecuada para referirme a ese proceso psíquico (en el que interviene la **ley de correspondencias simbólicas** y/o la **sincronicidad**), mediante el cuál el ser humano, para experimentar la **transformación** que desea, proyecta una serie de **valores, atributos, virtudes, sentimientos, emociones y conflictos** sobre un **hecho gastronómico** mediante el proceso junguiano de la **proyección** y experimenta la transformación deseada mediante la **asimilación** del alimento o los alimentos hacia los que apunta tal hecho gastronómico.

Como «hija de mi propia cultura», la palabra que conozco que puede reflejar dicho proceso psíquico, fenómeno o experiencia humana, es «transubstanciación», a pesar de no ser quizás la más adecuada. Aún así, seguiré buscando una palabra más precisa.

4. MITOANÁLISIS DE HECHOS GASTRONÓMICOS

En palabras de Durand, el Mitoanálisis «está forjado, en efecto, sobre el modelo del psicoanálisis (G. Durand, 1972), y define un método de análisis científico de los mitos, con el fin de extraer de ellos no solo el sentido psicológico (P. Diel, J. Hillman, Y. Durand), sino también el sentido sociológico (c. Lévi-Strauss, D. Zahan, G. Durand)».⁷⁹

Ejemplo práctico: El mitoanálisis de la receta de hinojos de mi familia

Pienso que la receta de hinojos de mi familia ha sido durante muchas décadas parte de un contramito, de un mito de compensación, en un contexto capitalista y agroindustrial que antepone el consumo, la globalización, así como la «gastronomía del espectáculo» y «la gastronomía del artista», al cuidado del planeta, el respeto por las personas y una economía de menor escala que permita vivir de una manera más libre, pausada y conectada con las personas. Sin embargo, como hemos visto también con la amplificación del arquetipo de la madre a través de la filosofía gastronómica del *slow food*, este «contramito» lleva cocinándose desde, al menos, los años 70. Me aventuraría a decir que desde los 60 del siglo pasado con el movimiento *hippie*. Siempre he escuchado decir a mi padre que el mundo iría mejor con una visión más gitana,⁸⁰ refiriéndose a valores como el respeto por los mayores, por la tradición y por el medio ambiente. Me gustaría centrarme aquí en el medio ambiente para poner en valor la visión ecológica, de temporada, de km 0 (o *slow food*, como diría Carlo Petrini) de la cosmovisión gastronómica gitana. Si medimos la temperatura al estado de la alimentación humana echando un vistazo a las noticias del apartado web que la ONU dedica al desarrollo sostenible,⁸¹ queda patente que el desarrollo infinito, tal y como se ha concebido hasta ahora, ha fracasado. Basta con introducir en el buscador la palabra «alimentación»⁸² para recibir noticias como «Miles de millones de personas en el mundo no pueden permitirse una dieta sana».⁸³ Pienso que los valores, atributos, virtudes, sentimientos, emociones y conflictos descubiertos en este análisis psicológico-simbólico de los hinojos, ponen de manifiesto que el mito del Edén vive un fuerte resurgir desde los 60-70 del siglo pasado y que es posible observarlo mediante distintas corrientes gastronómicas que proponen una especie de «vuelta renovada a lo esencial» que está 100% alineada con las cosmovisión gitana, así como lo que en este trabajos dibuja como la «Mitología gastronómica gitana», que posiblemente viene fraguando desde hace siglos:

⁷⁹ G. Durand, *De la mitocrítica al mitoanálisis*, 347.

⁸⁰ La revista «Pretendemos gitanizar el mundo» (2021) promueve la misma idea: <https://arainfo.org/la-revista-pretendemos-gitanizar-el-mundo-lanza-su-primer-numero-en-papel/>

⁸¹ Web <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>

⁸² Web <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/?s=alimentación>

⁸³ Web <https://news.un.org/es/story/2023/03/1518992>

- **Manifiesto Slow Food, 1989**

Este nuestro siglo, que ha nacido y crecido bajo el signo de la civilización industrial, ha inventado primero la maquina y luego la ha transformado en su propio modelo de vida. La velocidad nos ha encadenado, todos somos presa del mismo virus: la Fast Life, que conmociona nuestros hábitos, invade nuestros hogares, y nos obliga a nutrirnos con el Fast Food. Sin embargo, el homo sapiens debe recuperar su sabiduría y liberarse de la velocidad que lo puede reducir a una especie en vías de extinción. Por lo tanto, contra la locura universal de la Fast Life, se hace necesario defender el tranquilo placer material. Contrariamente a aquellos, que son los más, que confunden la eficiencia con el frenesí, proponemos como vacuna una adecuada porción de placeres sensuales asegurados, suministrados de tal modo que proporcionen un goce lento y prolongado. Comencemos desde la mesa con el *Slow Food*, contra el aplanamiento producido por el Fast Food, y redescubramos la riqueza y los aromas de la cocina local. Si la Fast Life, en nombre de la productividad, ha modificado nuestra vida y amenaza el ambiente y el paisaje, Slow Food es hoy la respuesta de vanguardia. Y está aquí, en el desarrollo del gusto y no en su empobrecimiento, la verdadera cultura, es aquí donde puede comenzar el progreso con un intercambio internacional en la historia, en los conocimientos y proyectos. Slow Food asegura un porvenir mejor. Slow Food es una idea que necesita de muchos sostenedores calificados, para que este modo (lento) se convierta en un movimiento internacional, del cual el caracol es su símbolo.⁸⁴

- **Los 6 puntos de «Mi cocina» de Santi Santa María, 1999**

En 1999, el chef Santi Santamaría resumió su cocina en 6 puntos en el libro "La ética del gusto":

Cultural: Es preciso aceptar la existencia de una historia culinaria que nos condiciona y que nos hace tal y como somos. La cultura catalana es mi expresión. Pertenece a una Europa donde el culto a la mesa es como una religión. **Natural:** Hay que utilizar productos de temporada, siguiendo el calendario de las estaciones y rechazando sustancias químicas o artificiales ajenas al producto. Hay que transformar los alimentos sin destruirlos, manteniendo y potenciando su sabor. **Evolutiva:** Hay que avanzar en el ejercicio de la profesión a través de la experiencia, mejorando los procesos productivos gracias a las nuevas tecnologías. Hay que promover una cocina donde la síntesis es un valor, donde la sencillez sea una forma de expresión para hacer comprender a la sociedad el arte de la cocina. **Social:** Profundizar cada día en la mejora de la calidad de vida: todo avance social en la profesión en pro de la calidad humana mejora los resultados culinarios. El cocinero debe implicarse, fluir, hacer oír su voz entre las corrientes que desean una sociedad más justa y solidaria. **Artística:** La cocina como acto de creación es una más de nuestras bellas artes. Emocionar, más que alimentar, es mi objetivo. Mi modernidad no es la estética superficial, sino la sublimación del sentido del gusto interior. **Universal:** No debemos dejar de ser locales. Tenemos que emprender la búsqueda de una verdad propia, auténtica, de manera que nadie tenga que renunciar a las influencias de los demás, de los productos y las personas de todo el mundo, pero siempre que en nuestra cocina nunca deje de percibirse nuestra tierra.⁸⁵

- **Manifiesto de La Nueva Cocina Nórdica, 2004**

Inspirados por los métodos utilizados en España en los 90, los cocineros daneses Claus Meyer y Jan Krag Jacobsen desarrollaron un manifiesto para sentar las bases de la Nueva Cocina Nórdica. Congregaron a diferentes líderes de opinión como cocineros influyentes nórdicos, políticos, científicos, filósofos y empresarios y presentaron sus ideas para ponerlas

⁸⁴ Web <https://españalowslow.es/manifiesto-slow-food/>

⁸⁵ Resumen de la filosofía del cocinero Santi Santamaría tras leer su libro *La cocina al desnudo*.

en común. De este simposio que duró 2 días, nació el Manifiesto de la Nueva Cocina Nórdica:

1. Expresar la pureza, la frescura, la simplicidad y la ética que nos gustaría asociar a nuestra región. 2. Reflejar en las comidas las diferentes estaciones del año. 3. Basar la cocina en alimentos crudos cuyas características son especialmente excelentes en nuestro clima, tierras y aguas. 4. Combinar la demanda de buen gusto con los conocimientos modernos sobre la salud y el bienestar. 5. Promocionar los productos nórdicos y la variedad de productores nórdicos así como difundir el conocimiento de las culturas que están detrás de ellos. 6. Promover el bienestar de los animales y una producción responsable en el mar, en los cultivos y en los paisajes salvajes. 7. Desarrollar nuevas aplicaciones posibles de los productos nórdicos tradicionales de alimentación. 8. Combinar los mejores procedimientos de cocina y tradiciones culinarias nórdicas con los impulsos que llegan desde el exterior. 9. Combinar la autosuficiencia local con el intercambio regional de productos de alta calidad. 10. Cooperar con representantes de los consumidores, otros artesanos de cocina, la agricultura, la industria pesquera, la industria alimentaria, minoristas y mayoristas, investigadores, profesores, políticos y autoridades en este proyecto conjunto para el beneficio y aprovechamiento de todos los países nórdicos.⁸⁶

Todas estas filosofías gastronómicas (o Mitologías Gastronómicas) parecen responder al fracaso del sistema alimentario actual, basado en la agroindustrialización y la globalización.

Las respuestas de éstos son en un principio «contramitos», que se han ido convirtiendo en «mitos mayoritarios» a lo largo de las décadas. Esto se traduce en una vuelta a una producción y a un consumo que tiende a una escala más pequeña, pausada y local, respetando los ciclos de la naturaleza y permitiendo vivir al ser humano de una manera más libre y saludable, tanto física, como mental y espiritualmente.

⁸⁶ T. Christiansen - B. Echeverría, «Claus Meyer. Meyers Bageri», *Revista PAN* (Nº 8, 2019), 47.

REFLEXIONES CONCLUSIVAS

Analizar un hecho gastronómico desde la metodología del análisis psicológico-simbólico me ha planteado dos dificultades principales, que considero que he podido resolver a medida que avanzaba en el trabajo. La primera ha sido llegar a definir como «**hecho gastronómico**» al conjunto de alimentos, productos y fenómenos gastronómicos. Me he dado cuenta de que esta definición, parte de la premisa de que, los hechos gastronómicos son cultura y forman parte de ésta por tratarse de manifestaciones de la Gastronomía, que es «el arte que estudia la relación del ser humano con su alimentación y su medio ambiente o entorno», tal y como apunto en la primera frase de este trabajo. La segunda, ha sido llegar a establecer la diferencia entre un hecho gastronómico en sí (por ejemplo, los hinojos en la cultura gitana) y el **soporte** en el que se transmite o manifiesta (por ejemplo, una fotografía, un vídeo, un audio, un cuadro, un texto, que a su vez puede ser un ensayo, una receta, etc.). Para realizar un análisis psicológico-simbólico de un hecho gastronómico, éste debe estar, necesariamente, plasmado en un soporte. Y el soporte en el que esté plasmado, determinará los aspectos del hecho gastronómico que se revelarán a través del análisis psicológico-simbólico, así como las habilidades a cultivar como mitólogos. Y es que se necesitan conocimientos distintos para interpretar, por ejemplo, una imagen, un sonido o un texto. Un problema que me queda pendiente, pero que sin duda abordaré en mis próximas investigaciones, es la posibilidad de realizar un análisis psicológico-simbólico de un hecho gastronómico, cuyo soporte sea un plato terminado. Es decir, en el caso del presente trabajo, el soporte sería, efectivamente, un plato de hinojos. Ya vislumbro una de las dificultades que plantea esta idea, que es la de aportar el soporte (el plato de hinojos) junto al análisis realizado. Esta es una cuestión que, de momento, dejo sin resolver. Una vez aclaradas estas dos cuestiones: 1) Cómo he llegado a definir los «hechos gastronómicos» y 2) La necesidad de un soporte para realizar un análisis psicológico-simbólico de los hechos gastronómicos, trataré de contestar a las preguntas que me planteaba en la introducción:

1) ¿Existen conflictos o sentimientos ligados a alimentos, productos o fenómenos gastronómicos?

Considero que los conflictos o sentimientos ligados a los hechos gastronómicos son producto del mundo interior o la imaginación de los seres humanos y que, mayoritariamente, se hacen conscientes mediante las proyecciones que el ser humano realiza sobre el alimento en un momento y un lugar concretos, esto es, en una cultura (personal o colectiva) específica. Esto significa, por una parte, que un mismo alimento puede cristalizar en un hecho gastronómico distinto y, por tanto, tener significados distintos o una variación de matices diferentes. Y por otra parte, que la relación que el ser humano tiene con el alimento está intervenida o mediada, por un mundo intermedio en el que acontecen los relatos, mitos, símbolos y arquetipos de sus proyecciones, que siempre estarán matizados por la cultura. Por lo tanto, los conflictos y sentimientos no son propiedades de los alimentos, productos o fenómenos gastronómicos,

sino que son experiencias, en principio, exclusivamente humanas, mediante las que el ser humano interactúa y experimenta, de manera más o menos consciente, el mundo exterior y su mundo interior.

¿De qué manera el lugar o los acontecimientos históricos dan significados a los alimentos y fenómenos?

Más bien, el ser humano da significado a los hechos gastronómicos en un lugar y en un momento concretos, en base a la disponibilidad del alimento y movido por unos deseos personales y colectivos determinados. Estos significados varían en función de la relación que el ser humano establece con tales hechos gastronómicos, dando lugar a las mitologías gastronómicas. Más concretamente, del deseo o deseos que mueven al ser humano a interactuar con dichos alimentos. El primer factor, sobre todo (aunque no exclusivamente) en la era preindustrial y antes de la globalización, es que la relación con el alimento estaba condicionada por su disponibilidad. Alrededor de dicha disponibilidad se formaban los diversos hechos gastronómicos, como los mitos que explican el origen de ciertos alimentos o dioses de los alimentos (como el mito Mondawmin de la América precolombina, que cuenta el origen del cereal indígena, o el de los pies negros, indios nativos norteamericanos, que tenían el mito de la danza del búfalo, animal que era el sustento alimentario de la comunidad, ambas referencias están en las páginas 8 y 9 de este trabajo). Pero también he podido explorar otros deseos que mueven al ser humano a interactuar con el alimento, más allá de la disponibilidad de éste (como el deseo de placer y diversión en el caso de los restaurantes de David Muñoz o la tendencia *food porn*; o el deseo de volver a los orígenes, a una especie de Edén, con distintos matices culturales, como en los hinojos gitanos, el movimiento *Slow Food*, la filosofía de la Nueva Cocina Nórdica, etc.); o el deseo de proyectar una imagen, identidad, o mejor dicho, máscara, concreta, como en el caso de la cerveza artesana (página 33) o la marca de agua embotellada Numen (página 33); o el deseo de «amueblar» el tiempo (página 9) con un cachito de chocolate (página 33). Mi conclusión es que, finalmente, todos estos deseos apuntan a un deseo (consciente o inconsciente) más profundo: el de transformación, aún interviniendo, como hemos visto, diversas emociones, estados anímicos e ideologías. El deseo de transformación, en relación con el alimento, lo resuelve el ser humano mediante la imagen arquetípica del Sí-Mismo, la transubstanciación, que en los humanos primitivos parece ser consciente, y que en los humanos modernos a menudo ha quedado relegada al reino de lo inconsciente.

¿Qué arquetipos junguianos se expresan a través de alimentos, productos y fenómenos gastronómicos? ¿Qué relación tienen con otras mitologías, narraciones, sueños, etc. que expresan el mismo arquetipo?

Como señalaba en la página 9, citando a Jung, «hay tantos arquetipos como situaciones típicas de la vida», y como la relación humana con el alimento es una situación típica de la vida, considero que aquí se abre un campo de investigación gastronómica de lo más interesante, además de enorme. Basta con tratar de imaginar cuántas situaciones típicas de la vida podrían existir, aunque solo sea en relación con el alimento: ir a un restaurante, celebrar un cumpleaños, comer palomitas en un cine, el turismo gastronómico, volver a la infancia

con una magdalena, el recuerdo de la primera vez que se probó la pizza... Pero a pesar de dibujarse un campo tan amplio (quizás inabarcable en una sola vida), me propongo, con prudencia y entusiasmo, tratar de investigarlo y, ojalá, poder aportar una visión más humana y espiritual de la Gastronomía. De momento, en este trabajo he podido atisbar algunas expresiones culturales de arquetipos como el del Sí-Mismo, el Senex, el Puer aeternus y la Madre. El único arquetipo que, por ahora, considero que siempre se manifiesta en todo hecho gastronómico independientemente de la cultura en la que se presenta, es el arquetipo del Sí-Mismo, a través de su imagen arquetípica de la transubstanciación (ver páginas 31-34), imagen arquetípica del Sí-Mismo que he podido empezar a proponer y estudiar en este trabajo como arquetipo central en la mitologización que el ser humano hace del alimento (Gastronomía). En cuanto a la relación de estos arquetipos (e intuyo que la de otros tantos) con otras mitologías, narraciones, sueños, etc. que expresan el mismo arquetipo, considero que podemos encontrar los mismos arquetipos con expresiones culturales distintas, en tanto que los arquetipos son determinadas formas de la psique que están presentes siempre y en todo lugar.⁸⁷ Y es que los arquetipos son universales, mientras que sus expresiones son culturales, es decir, que están matizadas por la historia, la geografía, las cosmovisiones, etc.

¿Qué podría aportar la perspectiva mitológica a la comprensión de la Gastronomía?

Considero que la perspectiva mitocrítica podría aportar, por una parte, una nueva dimensión de lo que en Gastronomía se llama el «psicosabor», pero sobre todo, podría aportar una mirada más humana a la Gastronomía que permite incluso el autoconocimiento y la evolución espiritual. Quizás esta idea forma parte de un mito a punto de eclosionar, en una época en la que prima la competitividad, la individualidad o la innovación por encima de la cooperación, la solidaridad y la perseverancia. Desconozco si la perspectiva mitológica y el análisis psicológico-simbólico pueden ser una solución a estos problemas (que, por cierto, no solo afectan al ámbito de la Gastronomía). Lo que sí sé, es que, al menos, los pondrán «sobre la mesa».

¿Es posible utilizar el análisis psicológico-simbólico de alimentos, productos y fenómenos gastronómicos como metodología de estudio y técnica didáctica en el marco de las Ciencias Gastronómicas (y mostrar los beneficios de la aplicación del análisis psicológico-simbólico como metodología de estudio y técnica didáctica en las Ciencias Gastronómicas)?

Tras todo lo expuesto en este trabajo, mi conclusión es que sí, ya que el análisis psicológico-simbólico de hechos gastronómicos revela una dimensión de la gastronomía -la dimensión mitológica, arquetípica y simbólica- que permitiría estudiar y enseñar la Gastronomía y sus hechos desde una perspectiva que, al menos que yo sepa, por ahora no se aborda en las Ciencias o Estudios Gastronómicos.

Para concluir con las respuestas a las preguntas que planteaba en la introducción, me gustaría tener en cuenta tres factores que considero determinantes del contexto cultural-global actual:

⁸⁷ C. G. Jung, *Los arquetipos y lo inconsciente colectivo*, 41.

- Vivimos en un mundo en el que la introspección está eclipsada por la promoción de un estilo de vida que fomenta la extroversión, la rapidez y el materialismo, mientras evita el desarrollo de la capacidad de atención.
- La conexión con lo sagrado está deteriorada.
- La comida es algo que, no solo está de moda y genera un gran interés general, sino que es algo con lo que entramos en contacto cada día.

Es por esto que considero que el análisis psicológico-simbólico de los hechos gastronómicos y con él, la conciencia mitológica y simbólica, puede ayudar a reconectar con una sabiduría que está en todos nosotros y que hoy en día parece dormir a la sombra del imperio de la razón y el pensamiento científico. Ambos, tanto la razón como el pensamiento científico, nos han traído grandes avances y conocimiento, sin embargo, no son la única forma de desarrollo y conocimiento.

Dado que la Gastronomía se estudia, prácticamente en exclusiva, desde la óptica racionalista y científica (incluso en asignaturas que abordan la creatividad gastronómica, en las que prácticamente solo se trabaja el «concepto» y el «discurso», que son ideas y prácticas racionalistas) y que la formación existente suele estar orientada en exclusiva a la creación de empresas competitivas e innovadoras para el mercado,⁸⁸ considero que nos estamos perdiendo una capa de significados importantes para comprender de manera más profunda la relación que el ser humano establece con el alimento y cómo crea cultura a través de él.

Introduciendo la perspectiva psicológico-simbólica a la formación actual, se podrían abordar la Gastronomía teniendo en cuenta los deseos, los conflictos y la experiencia de lo sagrado que entran en juego para los alumnos en sus proyectos y experiencias gastronómica, así como las que entran en juego para las culturas que ya de por sí se estudian en la oferta formativa actual.

Y así llegamos al punto que me parece más importante: La Gastronomía, observada desde la perspectiva psicológico-simbólica, puede ser el inicio de un camino de autodescubrimiento y evolución personal y/o espiritual para los alumnos que estudian Gastronomía, así como para cualquier persona que entra en contacto con el alimento. La Gastronomía puede ayudar en el camino de individuación.

Quizás solo sea necesario acercarse a ella con la mente, y sobre todo el corazón, abiertos.

⁸⁸ Se puede observar la oferta formativa, las líneas de investigación y la misión de organismos como, por ejemplo, el Basque Culinary Center (<https://innovation.bculinary.com/#quehacemos>), Le Cordon Bleu Madrid (<https://www.cordonbleu.edu/madrid/programmes/es>), la ESAH (<https://www.estudiahosteleria.com/cocina/master-gastronomia>), UMA (<https://www.uma.es/grado-en-ciencias-gastronomicas-y-gestion-hotelera>)

BIBLIOGRAFÍA

- Ackerman, D. *Una historia natural de los sentidos*. Epublibre.
- Agüero, S - Jimenez, N., *Resistencias gitanas*. Libros.com 2020.
- Bachelard, G., *La poética de la ensoñación*. México: Fondo de Cultura Económica 2011.
- Campbell, J., *El héroe de las mil caras. Psicoanálisis del mito*. México: Fondo de Cultura Económica 2014.
- Campbell, J., *Diosas*. Girona: Atalanta 2013.
- Campbell, J., *En busca de la felicidad. Mitología y transformación personal*. Capellades: Kairós 2014.
- Campbell, J., *Las máscaras de Dios. Mitología Primitiva. Volumen I*. Girona: Atalanta 2020.
- Carrillo Arronte, M., *México Gastronomía*. Nueva York: Phaidon 2015.
- Carini, P., «Cuando el pan cuenta la metáfora del otoño-invierno», *Revista PAN* (Nº 14, 2022).
- Chevalier, J. – Gheerbrant, A., *Diccionario de los Símbolos*. Barcelona: Herder 1986.
- Cirlot, E., *Diccionario de símbolos*. Madrid: Siruela 2001.
- Cirlot, V., *La visión abierta. Del mito del grial al surrealismo*. Madrid: Ediciones Siruela 2010.
- Duch, LL., *Mito, interpretación y cultura*. Barcelona: Herder 1998.
- Duch, LL Chillón, A., *Un ser de mediaciones. Antropología de la Comunicación*. Vol.1 Barcelona: Herder 2012.
- Durand, G., *De la mitocrítica al mitoanálisis*. Barcelona: Anthropos 2013.
- Durand, G., *Mitos y sociedades. Introducción a la mitología*. Buenos Aires: Editorial Biblos 2003.
- Edinger, E.F., *The eternal drama: The inner meaning of Greek mythology*. Boston i Londres. Shambhala. 2013.
- Eliade, M., *El mito del eterno retorno*. Madrid: Alianza Editorial 2019.
- Frazer, J. G., *La rama dorada*. México: Fondo de cultura económica 2021.
- Frye, N., *El gran código: Una lectura mitológica y literaria de la Biblia*. Barcelona: Gedisa 2018.
- Han, B-CH., *La desaparición de los rituales*. Barcelona: Herder 2020.
- Heller, E., *Psicología del color*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili S.L. 2004.
- Hincapié Hurtado, C., «El drama del paraíso», *Revista Camino*, Vol.1, nº5, Editorial Uniclaretiana 2018.
- Jung, C .G., *La dinámica de lo inconsciente*. Madrid: Trotta 2004.
- Jung, C .G., *Acerca de la psicología de la religión occidental y de la religión oriental*. Madrid: Trotta 2016.
- Jung, C .G., *Civilización en transición*. Madrid: Trotta 2014.
- Jung, C .G., *Los arquetipos y lo inconsciente colectivo*. Madrid: Trotta 2015.

- Jung, C .G., *Aion: Contribución a los simbolismos del Sí-mismo*. Madrid: Trotta 2011.
- Jung, C .G. - Kerényi, K., *Introducción a la esencia de la mitología*. Madrid: Siruela 2004.
- Jung, C .G., Prefacio al *I Ching*, o Libro de los Cambios, Traducción de Richard Wilhelm, Serie Bollingen, XIX , Princeton, University Press, 1963, 1970.
- Lurker, M., *El mensaje de los símbolos. Mitos culturas y religiones*. Madrid: Herder 2000.
- Paraíso, I. *Literatura y Psicología*. Madrid: Síntesis Editorial 1995.
- Petrini, C., *Bueno, limpio y justo*. Madrid: Ediciones Polifemo 2007.
- Ritsema, R. - Sabbadini S.A., Mañas, C. (Traducción directa), *I Ching, El libro de los Cambios. El Proyecto del I Ching de Eranos*. Córdoba: Editorial Almuzara S.L., 2022.
- Sánchez Martín, D. *La historia del pueblo gitano en España*. Madrid: Los libros de la Catarata 2022.
- Sayés, JA., *El misterio eucarístico*. Madrid: Biblioteca de autores cristianos 1986.
- Strehlow, W. - Herzka, G., *Manual de medicina de Santa Hildegarda*. Madrid: Libros Libres 2019.
- Pizarro Medina, M., *Problemática dietética religiosa ante la laicidad del estado*. Tesis Doctoral, Universidad de Alicante. Alicante 2017.
- S. Santamaría, *La cocina al desnudo*. Barcelona: Booket 2012.
- ARAS, *The book of symbols*, Köl: Tashen 2010.
- Von Bingen, H. *Physica. Libro de medicina sencilla. Libro sobre las propiedades naturales de las cosas creadas*. EEC Ediciones El criticón SL, 2018.
- Von Franz, ML., *Projection and re-collection in jungian psychology*. Chicago: Open Court 1995.

WEBGRAFÍA

Consultada por última vez 21/8/23

- Sin autor, «La historia del pan de muerto», <https://www.chilango.com/comida/historia-del-pan-de-muerto/>
- Web del restaurante Ultraviolet, <https://uvbypp.cc>
- Santiago, M., «Los hinojos y los gitanos», <https://www.diariocordoba.com/opinion/2003/02/19/hinojos-gitanos-39017080.html>
- Agüero, S., «Hinojo, la estrella de la cocina gitana», <https://www.rtve.es/television/20210408/hinojo-estrella-cocina-gitana/2085079.shtml>
- El Lebrijano «Libres como el aire (Caravana)» http://mappesonore.altervista.org/dettagli/dettaglio_branco.php?musicistabrano=24506
- Fundación Secretariado Gitano, «¿Por qué la historia y la cultura del pueblo gitano no salen en mis libros del cole?», <https://www.gitanos.org/actualidad/archivo/119514.html>
- Fundación Secretariado Gitano, «Holocausto gitano, el Porraimos», <https://www.youtube.com/watch?v=-8f5cko44XY>
- Fundación Secretariado Gitano, «Campana #YoNoSoyTrapacero, #YoNoSoyTrapacera», <https://youtu.be/DqBvpWbmdkQ>
- https://es.wikipedia.org/wiki/Pornografía%C3%ADa_alimentaria#cite_note-1
- J. Romero, «Cristina Pedroche y Dabiz Muñoz: el "goxismo" como forma de vida», https://www.cadena100.es/querer/pareja/noticias/cristina-pedroche-dabiz-munoz-goxismo-como-forma-vida-20200512_715277

- A. Luengo, «Diverxo, el país de las maravillas», <https://www.elle.com/es/living/elle-decoration/news/g657031/decoracion-diverxo-dav-id-munoz/>
- <https://www.instagram.com/elgoxo/?hl=es>
- <http://aguanumen.com>.
- A. Poyo, «¿Qué es la 'comfort food' y dónde comerla?» <https://www.vogue.es/living/articulos/comfort-food-restaurantes-platos-caseros/33914>
- «Lactancia y placer sexual», <https://iunives.com/lactancia-placer-sexual/>
- <https://arainfo.org/la-revista-pretendemos-gitanizar-el-mundo-lanza-su-primer-numero-en-papel/>
- <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>
- <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/?s=alimentación>
- <https://news.un.org/es/story/2023/03/1518992>
- <https://españaslow.es/manifiesto-slow-food/>
- Basque Culinary Center: <https://innovation.bculinary.com/#quehacemos>
- Le Cordon Bleu Madrid: <https://www.cordonbleu.edu/madrid/programmes/es>
- ESAH: <https://www.estudiahosteleria.com/cocina/master-gastronomia>
- UMA: <https://www.uma.es/grado-en-ciencias-gastronomicas-y-gestion-hotelera>

PREGUNTAS DEL CENSOR, DR. FRANCESC-XAVIER MARÍN

1. ¿Cómo a través del sentimiento-imaginación, o de un hecho histórico o lugar, un hecho gastronómico adquiere significados distintos?

Tanto el sentimiento-imaginación, como los hechos históricos o los lugares determinan los significados que los hechos gastronómicos tienen para el ser humano. Esto implica que, la creación, el surgimiento, la recepción o la interpretación de los hechos gastronómicos están mediados por la cosmovisión que el ser humano tiene en cada momento y cada lugar. En cuanto a los significados, esta cosmovisión interactúa de manera simbiótica con la cultura (la cosmovisión dota de significados a la cultura y viceversa), y es en la cultura donde se ubican o suceden los hechos gastronómicos, que dependen siempre de la disponibilidad de alimentos y la facilidad de acceso a ellos.

Como reflexión adicional al trabajo, considero que es posible que los distintos significados surjan, se mantengan o muten a partir de hierofanías, más o menos profundas, abiertas o crípticas, que el ser humano puede llegar a experimentar en todo momento y lugar, a través de cualquier actividad u objeto, por muy cotidiano que sea, o precisamente por ser cotidiano, teniendo en cuenta fenómenos como los de «infantilización» y/o «nostalgia del paraíso», tal y como explica Mircea Eliade en la página 35 del tomo 1 de su *Tratado de la historia de las religiones*.

Uniendo esta idea con las expresadas en el trabajo, considero que en estas hierofanías, el alimento funcionaría como objeto que evoca significado, o como esa «pantalla» de la que habla Victoria Cirlot (en el TFD, páginas 3, 14 y 27) que sirve como «lona» para la **proyección** de significados de la que habla Jung (TFD, página 32). Significado que es asimilado mediante la **transsubstanciación**, como imagen arquetípica del Sí-Mismo, y que provoca la deseada (de manera consciente o inconsciente) transformación en el ser humano (TFD, páginas 31-34).

2. ¿Cómo los arquetipos junguianos pueden relacionarse con otras mitologías, narraciones o sueños que expresan los mismos arquetipos? En el trabajo hay algún ejemplo iluminador...

Al trabajar las **amplificaciones arquetípicas** en un análisis psicológico-simbólico, podemos observar cómo un mismo arquetipo puede expresar un amplio abanico de significados que no suele expresar en su totalidad en una sola mitología, narración o sueño. Es mediante el **análisis psicológico-simbólico** y el **estudio comparado** como puede constatarse que diferentes mitologías, narraciones o sueños expresan a menudo el mismo arquetipo junguiano, solo que mediante diferentes aspectos del mismo. A veces, estas diferentes expresiones nos llevan a descubrir la luz y la sombra de un mismo arquetipo; otras, a

comprenderlo de manera más completa y/o profunda; y, quizás siempre, a entender que, al fin y al cabo, en el fondo, no somos tan distintos los unos de los otros. Y es que todas las personas y sociedades, de una forma u otra, experimentan, a través de las mitologías y narraciones de su cultura o a través de sus propios sueños individuales, diversos arquetipos junguianos. Es decir, el mismo arquetipo junguiano queda relacionado con distintas mitologías, narraciones o sueños mediante una red de significados que puede hacerse patente a través del análisis psicológico-simbólico, permitiéndonos aprehender cada arquetipo de manera más completa.



