

## STVDIVM 19 (2013)

*Stvdivm. Revista de Humanidades*

Facultad de Ciencias Sociales y Humanas  
Zaragoza: Prensas de la Universidad de Zaragoza  
Universidad de Zaragoza. ISSN: 1137-8417

### RESEÑAS / REVIEWS

*Porta Palazzo, The Anthropology of an Italian Market*, de Rachel E. Black. Prólogo de Carlo Petrini. Philadelphia, University of Pennsylvania Press, 2012. 221 páginas.

Los mercados son espacios comerciales de carácter universal. Son lugares donde se compra y se vende en pequeñas cantidades, destacadamente alimentos, aunque no únicamente. El mercado es, además, el lugar privilegiado y simbólico para el producto fresco: dispuestas de manera estética, las mercancías ofrecen toda una gama de colores y texturas, de aromas y de olores que se adueñan de los sentidos.

Pero los mercados no son sólo eso. Son también lugares centrales para la observación de la actividad social: un espacio público donde la gente se reúne, habla, hace circular y recibe información... A través de los mercados pueden pulsarse los pueblos y sus culturas. Son lugares de encuentro y de transacciones de gentes de diferentes orígenes y credos. Lugares donde se mantiene viva, en definitiva, la relación social local.

En el caso del libro que aquí revisamos, fruto de la tesis doctoral de la antropóloga canadiense Rachel Black, el mercado alimentario de Porta Palazzo, en Turín, toma claramente el protagonismo y se sitúa en primer plano, en tanto que uno de los más importantes mercados urbanos, no ya de Italia, sino de toda Europa.

Black llevó a cabo durante siete años su trabajo de campo en Turín y defendió su tesis en la universidad de esta misma ciudad. Aunque su trabajo de campo sobre los mercados es más extenso (trabajó también en Lyon,

en el mercado de la Croix Rousse), tanto su tesis como el libro en sí mismo —una adaptación de la anterior— se centran en el mercado de Porta Palazzo en tanto que protagonista social de la vida urbana turinesa, en un estudio que cabalga con soltura entre la antropología urbana y la antropología alimentaria.

Y es que el mercado dista mucho de ser únicamente un espacio para comprar y vender, para abastecerse. El mercado, en palabras de la autora misma, es el «vientre» de Turín. De esta manera, se convierte en uno de sus principales espacios y a través de él, la ciudad encuentra su principal referencia en relación con la alimentación.

El libro, que cuenta con un breve prólogo de Carlo Petrini, presidente del movimiento Slow Food, está organizado en siete capítulos principales, precedidos del citado prólogo de Petrini y de la introducción general de la obra, y seguidos de un capítulo conclusivo, de un epílogo y, finalmente, de notas, bibliografía, un índice temático y unos breves agradecimientos.

El primero de los capítulos analiza el mercado en tanto que sujeto y espacio del trabajo de campo antropológico, llevando a cabo la discusión metodológica — eminentemente cualitativa, como no podía ser de otro modo— necesaria para plantear el grueso del trabajo que sigue. El capítulo segundo, por su parte, nos sitúa sobre el terreno, tanto geográfico y espacial: Turín y su mercado en el contexto italiano, como histórico, señalando la evolución de este relevante espacio urbano a lo largo de los últimos años, en un contexto cambiante y acelerado de expansión urbana y de movimientos poblacionales.

Será en el capítulo tres cuando la autora centre ya su mirada en Porta Palazzo tal y como es hoy. El mercado es descrito formalmente y, al mismo, tiempo, se aprovecha para discutir de manera más o menos crítica la renovación que fue llevada a cabo entre los años 2004 y 2006.

Una vez situados sobre el terreno, se inicia el verdadero análisis sobre los principales problemas temáticos de la obra. Así, en el capítulo cuarto se observa ya el mercado como centro de abastecimiento alimenticio de la población turinesa que a él acude. La comida se sitúa en el centro de la observación y de la discusión, y es el motor que mueve la actividad social, cultural, relacional del mercado. Hombres y mujeres trabajan, compran, venden, circulan, visitan, recorren el mercado, estableciendo a cada paso relaciones sociales particulares que pueden ser leídas en clave local, de género, familiar, corporal... Pero con la alimentación como eje principal alrededor del cual todo gira. Como la misma autora señala: “This study uses

food as a medium for exploring men's and women's shifting social roles within the family and Italian society as a whole". En este sentido, la autora busca leer la interacción que se revela en el mercado en clave de género, de masculinidad, femineidad y relaciones de poder, todas ellas con lo culinario, lo gastronómico y lo cotidiano alimenticio como telón de fondo en el escenario público del mercado.

Pero Turín es mucho más que un espacio urbano cualquiera. Es una de las principales ciudades del norte italiano, activa e industrial. Este hecho la ha situado, a lo largo de toda la segunda mitad del siglo xx y hasta hoy en día, como un importante centro receptor de inmigración procedente, primero, del resto de Italia y, más tarde, del resto del mundo. Así, el capítulo quinto pone el foco en la inmigración, especialmente extranjera (con un importante componente mediterráneo del sur y africano, aunque también del este de Europa y Latinoamérica) y en su interacción con el mercado y con el hecho alimentario establecido a través de éste. El mercado es un punto de referencia social para propios y ajenos, y es un importante espacio de contacto personal y cultural que, obviamente, no está exento de erupciones ni de tensiones. Alrededor del hecho alimentario, el mercado refleja en su relativamente pequeño espacio la situación social que la ciudad vive en su globalidad, favoreciendo, eso sí, los contactos, el descubrimiento y el conocimiento de unos "otros" que a través de la comida y del mercado, pueden llegar a convertirse en más próximos, tanto en lo positivo como en lo negativo que esto implica. Todo este ambiente multicultural, el movimiento y el tráfico de gente han creado también la imagen y la fama del área del mercado como área de conflicto urbano, de tráfico de drogas, de delincuencia. En este sentido, tanto las autoridades turinesas como las propias del mercado han intentado promocionar este espacio como un área de comercio multicultural, seguro y atractivo, además de cómo un espacio patrimonial ligado a la cultura y al turismo. Y este es precisamente el tema que centra el capítulo sexto del libro: las políticas públicas turinesas y la promoción del espacio del mercado como un área culinaria intercultural, de comunicación intercultural y de turismo gastronómico ligado a la diversidad cultural. El turismo, ligado a los mercados, se está convirtiendo en un destacado eje tanto de circulación como económico (los casos de la Boqueria en Barcelona o de Rialto en Venecia son claros ejemplos) y Porta Palazzo no es en absoluto una excepción a esta regla.

Pero hablando de alimentación, y principalmente de producto fresco (y mucho más en Turín, capital del movimiento Slow Food), tenemos que hablar también de localidad y de globalidad, de productos de proximidad

y de venta directa de los productores. El mercado de Porta Palazzo cuenta con una sección dedicada a la venta directa de los productores mismos, que se encuentra separada del resto del mercado. El capítulo séptimo se dedica a observar este pequeño mercado dentro del mercado, y a discutir desde él la producción y la venta de lo local, y el cambio de pautas de consumo tanto en Turín como en Italia en general. Precisamente Slow Food, creado en la ciudad de Turín, ha tenido una influencia destacable en la creación de este discurso, no únicamente a nivel local, pero especialmente en un lugar como la capital del Piamonte.

Nos encontramos ante una obra sólida, estructurada y argumentada (no olvidemos que tiene una tesis doctoral como base), pero al mismo tiempo fácil de leer y ciertamente interesante. Una obra que nos ofrece una visión distinta de la ciudad: la perspectiva desde un mercado. Al mismo tiempo, hablamos de comida, de hábitos alimentarios y de gastronomía (los capítulos centrales acaban, incluso, con una receta), entendida en todo momento como un elemento ligado indisolublemente a la sociedad y a la cultura. En conclusión, la obra de Rachel Black nos permite una aproximación fresca y distinta a un espacio urbano que, tal como ella demuestra, dista mucho de ser un simple lugar de compra y venta de alimentos.

F. XAVIER MEDINA\*  
Universitat Oberta de Catalunya

---

\* Correo electrónico de contacto: fxmedina@gmail.com. Fecha de recepción de la reseña: 31 de enero de 2013. Fecha de aceptación: 6 de marzo de 2013.