



ACTAS II CONGRESO INTERNACIONAL SOBRE PATRIMONIO ALIMENTARIO Y MUSEOS EL GUSTO EN EL MUSEO 2020

Edición científica
Núria Ramón-Marqués



Editorial
Universitat Politècnica
de València

EL GUSTO EN EL MUSEO

ACTAS II CONGRESO INTERNACIONAL SOBRE **PATRIMONIO ALIMENTARIO Y MUSEOS**

Edición científica: Núria Ramón-Marqués



Editorial

Universitat Politècnica
de València

Congresos UPV
II Congreso Internacional de Patrimonio Alimentario y Museos

Los contenidos de esta publicación han sido evaluados por el Comité Científico que en ella se relaciona y según el procedimiento doble ciego.

Edición Científica
Núria Ramón-Marqués

Comité científico
Miguel Corella Lacasa
Purificación García Segovia
Azucena Suárez de Miguel
Nicolas Godinot
Richard Duvauchelle
María del Rocío Acha Barral
Carlos Calderón Guerrero

Edita
Editorial Universitat Politècnica de València, 2021
www.lalibreria.upv.es / Ref.: 6650_01_01_01

Maquetación
Enrique Mateo, Triskelion Diseño Editorial.

ISBN: 978-84-9048-801-0 (versión impresa)
Depósito legal: V-697-2021
<https://doi.org/10.4995/EGEM2020.2021.13198>

II Congreso Internacional de Patrimonio Alimentario y Museos / Editorial Universitat Politècnica de València



Se permite la reutilización de los contenidos mediante la copia, distribución, exhibición y representación de la obra, así como la generación de obras derivadas siempre que se reconozca la autoría y se cite con la información bibliográfica completa. No se permite el uso comercial y las obras derivadas deberán distribuirse con la misma licencia que regula la obra original.

II PRESENTACIÓN

El Gusto en el Museo es una monografía que tiene como principal objetivo aunar, en un mismo espacio de diálogo, varias líneas de investigación tan dispares como la antropología, la tecnología de los alimentos, la biología o la gestión cultural. El propósito es crear un espacio multidisciplinar de diálogo en torno al patrimonio alimentario.

Desde el año 2013 la UNESCO reconoció la Dieta Mediterránea como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad representando a países como Chipre, Croacia, España, Grecia, Italia, Marruecos y Portugal. Este hecho nos ha servido como punto de inflexión para plantear el papel fundamental de los museos como difusores de esta cultura patrimonial basada, no sólo en el producto alimenticio sino también en todos aquellos aspectos antropológicos, sociales y culturales que se disponen alrededor de la alimentación.

Los trabajos que forman parte de este volumen son el resultado del *II Congreso Internacional de Patrimonio Alimentario y Museos* llevado a cabo en la Universitat Politècnica de València los días 11 y 12 de noviembre, en el que, gracias a la intervención de investigadores de diferentes nacionalidades, se estableció un foro de encuentro dónde se pudo constatar la diversidad y las innovaciones en espacios museísticos y discursos patrimoniales en torno al efímero sentido del gusto.

Como editora de este libro, me gustaría destacar las aportaciones de Purificación García y Begoña Rodrigo de la Universitat Politècnica de València, María del Rocío Acha Barral de la UNED, Azucena Suárez de Miguel de la Fundación Herdez y Karla Richterich del Instituto de Investigaciones Estéticas de la Universidad Nacional de México. Por parte de las instituciones museísticas fueron de gran consideración las intervenciones de Carles Galletero Llorca del Museo Valenciano de la Miel, Francisco Martín y Pilar Marzo del Museo del Jamón de Calamocha (Teruel) Mariña López del Museo ANFACO y Mário Pinto del Núcleo Museológico do Pão e do Vinho de Favaíos, Portugal.

La figura del gestor cultural es fundamental como eje de conexión entre los aspectos teóricos y su capacidad para generar un discurso coherente entre el objeto y el público receptor. El papel de este especialista es crucial para poner en valor el patrimonio, tanto material como inmaterial con rigor científico y sin descuidar el aspecto pedagógico y de divulgación que nos sitúa como un eje vertebrador al servicio del conjunto de la sociedad.

Núria Ramón-Marqués

|| ÍNDICE

Presentación	3
--------------------	---

CONFERENCIAS

MUVAMEL, Un museo de altos vuelos	9
Carles Galletero Llorca	
Los museos contemporáneos en el contexto etno-enológico español	21
María del Rocío Acha Barral	
Alimentación y tradición. Museo del Jamón y de la Cultura Popular	39
Francisco Martín Domingo, Pilar Marzo Bachiller	
Enoturismo na “Aldeia Vinhateira” de Favaios	53
Mário Pinto	
El Museo ANFACO: el mundo de las conservas de pescado y marisco.....	69
Mariña López	
Fundación Herdez como proyecto cultural. Historia y recuperación de un legado familiar	87
Azucena Suárez de Miguel, Karla Richterich	

COMUNICACIONES

Reestructuración de la “cocina tradicional”. El Museo de la ciudad y la sala de la cocina duranguense	101
Jaime Iram Vargas Barrientos	
La gastronomía y la descontextualización del paisaje agrario.....	113
Santos Ruiz Álvarez, Sara Aymerich García	
El Museo del Aceite “Felipe Vegue”	123
Virginia Rodríguez Vegue, Martín Lázaro García de Fernando	
Museos de la alimentación: sabores detrás del cristal.....	139
Gerardo Jesús García Olivares	
El gusto en la literatura: el caso de la novela <i>Como agua para chocolate</i> de Laura Esquivel ...	147
María Fragoso Mora	
Patrimonio alimentario, herramienta de empoderamiento femenino	155
Maricha Martínez Sosa	
Trabajar la inclusión a través de la cultura material y las proyecciones holográficas	169
Cristina Alacreu Girón, M ^a Jesús Benlloch Sanchis, Clara Isabel Pérez Herrero	

La importancia de la alimentación: representación pictórica de la comida entre los siglos XIII a XVI	179
Luisa Daniela Marroquín Sanabria	
Sucedáneo: normas, prácticas y percepción desde una perspectiva cultural	203
Virginia Aznar Cuadrado, Ana Vivar Quintana, Arsenio Dacosta	
La alimentación actual desde la visión crítica de las humanidades	215
Nuria Faba Muñoz	
La <i>Moringa oleífera</i>, tradición en la mesa y patrimonio alimentario.....	227
Laura García España, María Desamparados Soriano, Francisco García Mares	
Sopa de Ganso. Humor en las aulas	235
Laura García España, María Desamparados Soriano, Vicente Pons	
Chucula: producto tradicional campesino con cacao y granos de cereales y leguminosas enriquecido en proteínas con harina de grillo	241
Diana Vernot, Luz Indira Sotelo Díaz, Purificación García Segovia, Bibiana Ramírez Pulido, Annamaria Filomena Ambrosio	
Festivales de música y gastronomía	253
Juan Simón Lozano Jiménez	

CONFERENCIAS

II Congreso Internacional sobre Patrimonio Alimentario y Museos

11-12 Noviembre, 2020, Valencia

MUVAMEL, UN MUSEO DE ALTOS VUELOS

Carles Galletero Llorca

Museo Valenciano de la Miel - MUVAMEL. carles@opcio.net

Abstract: Can a village of 2,800 residents become the seat of the only existing beekeeping museum? In the Valencian community? The answer is yes. Although for this, it has been necessary to develop a public-private management model, whereby the town council has put the necessary means (building, maintenance, electricity, ...) for its implementation, while it has been granted to a private company the management and coordination of the center. STAR ON 45, S.L is responsible for cultural affairs activities (excursions, visits, workshops, sale of products in off-line and on-line store,...), processing of projects, hiring of personnel, office address of tourism and the coordination of the main annual event of the town: the Valencian Honey Fair (FIVAMEL), and next year, it will celebrate the 25th anniversary. The museum is an example of how can promote the consumption of quality honey made by beekeepers in the area, while society is educated in the protection of an insect that contributes to the pollination of one of each three fruits and vegetables that we all eat.

Keywords: Cultural heritage, honey, apiculture, cultural affairs.

Resumen: ¿Puede un municipio de 2.800 habitantes ser la sede del único museo apícola existente en la Comunidad Valenciana? La respuesta es sí. Aunque para ello haya habido que desarrollar un modelo de gestión público-privado, por el cual el consistorio de la localidad ha puesto los medios necesarios (edificio, mantenimiento, luz,...) para su implantación, mientras que se le ha concedido a una empresa privada, mediante concesión administrativa, la dirección y coordinación del centro. STAR ON 45, S.L se encarga de la gestión de actividades (excursiones, visitas, talleres, venta de productos en tienda off-line y on-line,...), tramitación de proyectos, contratación de personal, dirección de la oficina de turismo y la coordinación del principal evento anual de la localidad: la Feria Valenciana de la Miel (FIVAMEL), que el próximo año cumplirá su XXV aniversario. El museo es un ejemplo de cómo se puede promocionar el consumo de miel de calidad elaborada por apicultores de la zona, al tiempo que se educa a la sociedad en la protección de un insecto que contribuye a la polinización de una de cada tres frutas y verduras que todos comemos.

Palabras clave: Patrimonio cultural, miel, apicultura, gestión cultural.

Citar como: Galletero Llorca, C. (2021). MUVAMEL, Un museo de altos vuelos. En *Actas del II Congreso Internacional sobre Patrimonio Alimentario y Museos*. 11-12 noviembre, 2020, Valencia, España. pp. 9-19.

1. Introducción

El título de esta ponencia es, en realidad, un juego de palabras con la actividad que desempeñan las abejas para atraer néctar y polen hacia la colmena. Volar y volar muy alto es su labor, huyendo de los depredadores naturales, esquivando los pesticidas y plaguicidas de la agricultura, tratando de superar los problemas ocasionados por el cambio climático y la contaminación y, como no, haciendo frente a las especies invasoras que, como la avispa asiática, merman a los miembros de su comunidad, dejando las colmenas exangües y sin apenas producción. Mucho trabajo para un pequeño insecto que, no obstante, ha tenido cien millones de años para alcanzar tal grado de especialización, si bien, por primera vez en la historia, existen motivos más que razonables para pensar que el futuro de las abejas melíferas depende en buena medida del compromiso y las acciones que los estados y la opinión pública adopten en los próximos años.

El despoblamiento de abejas en las colmenas es un hecho demostrado, el precio de la miel sigue cayendo en picado y el sector apícola, dependiente del sector agrícola para su completo desarrollo, sufre las restricciones de unas leyes que les empujan cada vez hacia posiciones más débiles.

La apicultura es un trabajo transhumante. Los apicultores trasladan sus explotaciones apícolas durante determinados períodos del año en busca de campos en flor, climas benévolos y espacios bien surtidos de agua y con bajos índices de contaminación para que en el interior de las colmenas se acumule una abundante cosecha de productos apícolas: miel, cera, polen, jalea real y propóleos, sustancias naturales con las que se elaboran dulces, cosméticos, elementos decorativos y productos para la industria en general y que contribuyen a dinamizar un sector importante para las economías nacionales. El sector apícola español supone alrededor del 0,44% de la Producción Final Ganadera y el 0,17% de la Producción de la Rama Agraria, con un valor anual de su producción (miel, cera y polen) estimado en unos 62 millones de euros.

Sin embargo, conviene señalar que la principal aportación que hacen las abejas tiene un trasfondo principal. Las abejas son el mayor agente polinizador que existe en la actualidad. Una de cada tres frutas y verduras que consumen los seres vivos del planeta dependen de la labor que desarrollan las abejas volando de flor en flor mientras sacian su apetito voraz por recolectar néctar y polen. Lo dijo Albert Einstein: "Sin humanos, puede haber abejas; sin abejas, a la humanidad apenas le quedarían cuatro años de vida".

El Museo Valenciano de la Miel (MUVAMEL), ubicado en Montroy desde 2013 es justo lo contrario de un museo pretencioso, sobrado de efectos especiales y con abundancia de materiales de colección. Se trata más bien de un centro de interpretación que trata de explicar a las generaciones futuras la función que desarrollan las abejas en la conservación de los ecosistemas, así como la diferencia entre las mieles artesanas y las mieles pasteurizadas con etiquetajes que se prestan a la confusión por parte del consumidor.

También pretende este museo el reconocimiento al trabajo de los apicultores valencianos, una actividad ganadera que se enfrenta a múltiples problemas ocasionados por una legislación que les impone grandes restricciones para el desarrollo de su trabajo, así como la defensa y promoción de las mieles autóctonas de calidad, sobre las que a día de hoy no existe Denominación de Origen, ni siquiera una Indicación Geográfica Protegida que contribuya a dotarla de valor y reconocimiento en el mercado.

Los museos gastronómicos deberían ser un espacio abierto a la reflexión sobre qué comemos, cómo comemos y cuál ha de ser la forma de alimentarnos en el futuro. La obesidad infantil, auténtica epidemia del siglo XXI, y los problemas asociados a una alimentación cada vez más rica en grasas y azúcares, fuente de enfermedades como la hipertensión y la diabetes, deberían preocupar a las autoridades educativas y sanitarias. Un museo gastronómico debería tener la función de una escuela para vivir mejor.

2. Objetivos

- Consolidar el único museo apícola de la Comunidad Valenciana en un municipio de 2.800 habitantes que, no obstante, tiene en la apicultura uno de los sectores fuertes de su economía.
- Defender la actividad de los apicultores valencianos y, especialmente, las consideradas como mieles autóctonas (azahar, romero, milflores).
- Conseguir un sello identificativo de la calidad de la miel valenciana, bien a través de la creación de un Consejo Regulador de Denominación de Origen o una Indicación Geográfica Protegida.
- Ayudar al consumidor a distinguir entre mieles artesanas, nacionales y no pasteurizadas, de otros productos de baja calidad, como son las mieles industriales, adulteradas y sometidas a procesos de recalentamiento excesivos.
- Crear foros de diálogo entre los apicultores, la industria y las instituciones para tratar de resolver los problemas del sector.
- Concienciar a la sociedad civil y a los responsables institucionales de la necesidad de proteger a las abejas melíferas, como auténticas guardianas de la naturaleza y favorecedoras de la manera en que nos hemos alimentado los humanos durante milenios.
- Participar en un debate para que los centros escolares acojan una asignatura que se podría denominar "Alimentación Natural", del mismo modo que se da la asignatura de "Educación Física". En ese sentido, los museos gastronómicos podrían colaborar con aulas externas de orientación para alumnos y profesores.
- Contribuir a que las abejas y la apicultura sean declaradas Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO.

3. Desarrollo de la innovación

Al principio de la comunicación hemos utilizado como título la frase *"un museo de altos vuelos"* con un sentido más bien irónico. En realidad, el Museo Valenciano de la Miel es un centro de interpretación modesto, creado con pocos recursos económicos y gestionado con escasos recursos humanos. Así que, los altos vuelos los hemos dejado para las abejas de la miel, que son las que se afanan en la recolección de alimentos sigan aleteando por el espacio aéreo de forma infatigable. Para reunir un kilo de miel hacen falta 2.500 abejas. Cada obrera hará entre 10 y 15 vuelos diarios, volando entre 40 y 100 kilómetros diarios, a una velocidad máxima de 25 km/h, durante al menos 21 días. Hay que volar muy alto pues para hacerlo como las abejas.

Nuestra intención, tanto desde las fases iniciales de la creación del museo como en el desarrollo de las actividades presentes y futuras consiste en que a los visitantes únicamente les pique la curiosidad sobre el origen, la vida y el provecho que nos dan estos insectos. Y eso, tratándose de abejas, un ser tan pequeño pero a la vez tan complejo, es todo un logro.

Montroy es un pequeño municipio de la comarca de La Ribera, englobado dentro de una subcomarca conocida como La Vall dels Alcalans, la cual la integran las localidades de Real, Montserrat y Montroy. Aunque Montroy únicamente tiene censados unos 2.800 habitantes, entre todos los municipios llegan a unos 10.000, lo que sumados a los 6.000 residentes que habitan las urbanizaciones, residenciales y periféricas, llegan a una población flotante de 16.000 vecinos.

Históricamente, Montroy ha sido el pueblo de la miel; mientras que Real (hasta no hace mucho Real de Montroy) era la localidad que vivía de la explotación citrícola. Montserrat, en cambio, ha sabido establecer un polígono industrial, una agricultura citrícola potente, unas viñas de uva moscatel y un urbanismo creciente, gracias al cual pululan una gran cantidad de segundas residencias que animan el sector de la hostelería y el comercio.

Pero Montroy ha estado siempre vinculada a la miel. Uno de cada tres habitantes de la localidad está relacionado con el sector, bien como apicultor, transportista, fabricante de colmenas, comercial o empleado en cualquiera de las industrias apícolas de la comarca: Apisol, Naturval Apícola, Industrias Alsol, Primo Mendoza, Mediterránea de Mellis, Mielles Sala Higón, S.L, Mels Carlet, Mielles Pepe Briz,...todas ellas envasadores y distribuidores de miel a nivel nacional e internacional.

El punto de partida del museo fue la organización de la I edición de la Feria Valenciana de la Miel en el año 1996. El alcalde de la localidad, Manolo Blanco, reunió al sector apícola integrado por envasadores, apicultores, sindicatos agrarios y las instituciones públicas para crear un evento lúdico y gastronómico con las mieles valencianas como protagonista. Cada segundo fin de semana de noviembre, Montroy acoge una selección de 50 empresas apícolas para ofrecer un amplio abanico de mieles, dulces, cosméticos, energizantes, postres y licores, elaborados a partir del trabajo de las abejas melíferas. La feria ha sido y es todo un éxito de participación, de público y de reconocimiento mediático, así como la principal tarjeta de visita de la localidad.

En el año 2010, el alcalde del municipio, Antonio Polo, encarga al director de la Feria, Carles Galletero, los trabajos para la redacción de un proyecto para la implantación de un museo apícola en Montroy.

Así que, en un primer momento, se dio el primer paso con la elaboración de un estudio de viabilidad, mediante el cual se exponían las fases para la concreción del proyecto:

1. Estudio de viabilidad.
2. Diseño del proyecto.
3. Estudio del modelo de gestión.
4. Redacción de un pliego de condiciones para adjudicación de la gestión.
5. Construcción del museo.
6. Adjudicación de la gestión del museo a una empresa.

7. Diseño de contenidos.
8. Tramitación de ayudas y subvenciones.
9. Puesta en marcha de los contenidos.
10. Inauguración del proyecto.
11. Análisis y evaluación.

En la fase inicial, el **estudio de viabilidad** económico-financiero sirvió para establecer las pautas en torno a las cuales debía girar el modelo de gestión. Una vez, desechado el modelo de gestión público, prácticamente inasumible por una institución local de reducidas dimensiones y descartada una gestión exclusivamente privada, que hubiera tenido serios problemas para hacer frente a los gastos corrientes (mantenimiento, luz, agua, teléfono, alquileres, contratación de personal, márketing y publicidad,...), se llegó a la solución de plantear un sistema mixto. Es decir, la titularidad del edificio sería pública; la gestión sería privada, eso sí, con un control de la misma a cargo del equipo de gobierno municipal.

Para el **diseño del proyecto**, se encargó la dirección a la empresa STAR ON 45, S.L, cuyo titular Carles Galletero, ha sido coordinador de la feria desde 1996 hasta la actualidad. Se confió en la persona de un profesional para el desarrollo y gestión de las fases iniciales, buen conocedor de la idiosincrasia de la localidad y del sector apícola en general. Galletero creó un equipo de trabajo con un responsable de la financiación, los diseñadores de contenidos y el arquitecto municipal, Vicent Meseguer, al objeto de ir definiendo la parte referida al continente.

En el año 2010, el consistorio de Montroy empezó la construcción de un edificio que debía albergar las oficinas municipales, el hogar del jubilado y la sede del Museo Valenciano de la Miel, de manera que se reducirían los costes de mantenimiento (luz, agua, teléfono, limpieza,...), los cuales correrían a cargo del propio Ayuntamiento. La construcción del edificio fue con cargo a subvenciones de la Generalitat.

Una vez estuvo clara la sede del museo, se empezó a analizar el **modelo de gestión** más conveniente. El estudio de viabilidad dejó bastante claro que el consistorio no era capaz de asumir una gestión municipal, ya que los museos tienen una contratación variable de personal. Los meses de septiembre, noviembre y octubre tienen mucha actividad, mientras que junio, julio y agosto tienen escasa o nula actividad. El resto de meses del año se mantiene estable. Todo ello dificulta una gestión uniforme por parte de una empresa pública, mientras que una empresa privada trata de ajustar las necesidades de personal a cada momento, mediante la contratación por meses, semanas o días.

En ese orden de cosas, se diseñó el siguiente modelo.

- Titularidad del edificio: Ayuntamiento de Montroy.
- Mantenimiento (luz, agua, teléfono, limpieza,...): Ayuntamiento de Montroy.
- Personal suficiente y necesario para la gestión: Empresa privada.
- Gestión del museo: Empresa privada.
- Inversión inicial a cargo de la empresa privada: 70.000 euros, para la financiación del contenido.

- Duración de la gestión: 10 años.
- Canon a percibir mensualmente por la empresa gestora: 3.000 euros/mensuales (36.000 anuales).

El consistorio, a partir del proyecto de la empresa, redactó el **pliego de condiciones**, a partir del cual se iba a adjudicar la gestión, a la vez que se procedía a la **construcción del museo**, siempre bajo la dirección técnica del arquitecto municipal y el director de contenidos del futuro museo.

La **adjudicación de la gestión**, después de cumplir con las fases que rige la ley de contratación del estado, fue para la empresa STAR ON 45, S.L, la cual, una vez presentados los avales pertinentes y cumplir con la presentación de la documentación necesaria, comenzó con la tarea de **diseñar los contenidos**.



Fuente: elaboración propia.

Figura 1. Maqueta 3D Museo Valenciano de la Miel.

En el estudio de viabilidad, se detallaron las diferentes áreas de las que dispondría el Museo en un área de 650 metros cuadrados de nueva planta:

1. Sala de exposición permanente.
2. Oficina de dirección.
3. Sala de audiovisuales/talleres.
4. Almacén.
5. Sala de exposiciones temporales.

6. Tienda.

7. Administración/recepción/oficina de información turística de la comarca.

Por otro lado, se estableció el modelo de gestión y coordinación del museo, de acuerdo con los contenidos y los servicios de explotación.



Fuente: elaboración propia.

Figura 2. Modelo de gestión.

Los ingresos para la empresa adjudicataria vendrían dados por:

1. Canon municipal.
2. Venta de entradas con visitas guiadas (escolares, excursiones de adultos, asociaciones).
3. Venta de rutas alternativas.
4. Venta de talleres.
5. Venta de productos tienda (*off-line*).
6. Venta de productos tienda (*on-line*).
7. Tramitación de ayudas, subvenciones y patrocinios.
8. Organización de la Feria Valenciana de la Miel.
9. Otros (charlas, conferencias, participación en congresos, programas de promoción, etc...).

¿Qué sabes de las abejas?

VISITA EN MONTROY EL MUSEO VALENCIANO DE LA MIEL



ENTRADA Y VISITA GUIADA 2,00 €
(incluye área de descanso al aire libre)

Y ELIGE ALGUNOS DE NUESTROS TALLERES:

• TALLER DE VELAS	1,50 €
• TALLER DEL DESAYUNO SALUDABLE	2,50 €
• TALLER DE CATA DE MIELES	2,50 €
• TALLER DEL AULA DE LA NATURALEZA	2,00 €
• TALLER DE CAMELOS	3,00 €
• TALLER DE CREMA DE MANOS	2,00 €
• TALLER DE CREMA LABIAL	2,00 €
• TALLER DE JABÓN A LA MIEL	2,00 €
• TALLER DE DULCE MIELADO	3,50 €
• TALLER SENDA DEPORTIVA (5 km)	3,00 €
• TALLER SENDA HISTÓRICA (10 km)	5,00 €

96 255 59 86 · carlesgalletero@gmail.com

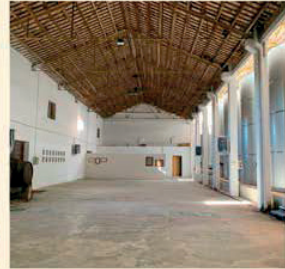
Fuente: elaboración propia.

Figura 3. Carta de talleres.

Excursión MONTROY - GODELLETA

DE LA MIEL AL MOSCATELL

24€



EL VIATGE MÉS DOLÇ DE LA COMUNITAT VALENCIANA

• Entrada i visita guiada al
MUSEU VALENCIÀ DE LA MEL

• Visita a la TORRE-CASTELL
de MONTROY

• Visita a la COOPERATIVA SAN
PEDRO APÓSTOL DE GODELLETA

• Degustació del MOSCATELL
VALENCIÀ i tast de dolços

DINAR en RESTAURANT local: Entremesos amb amanida i vinagreta a la mel, costelles a la mel amb creïlles al romer, flam a la mel, aigua, vi i café inclosos

CONTACTAR 96 255 59 86
PREGUNTAR PER CRISTINA

RESERVAS@MUSEOVALENCIANODELAMIEL.COM

Fuente: elaboración propia.

Figura 4. Modelo de excursión para adultos.

Tal y como se puede apreciar, la empresa gestora necesita de una alta flexibilidad en lo referente a la contratación de personal, pudiendo pasar de una sola persona (gerente) en los meses de menos afluencia a la contratación de hasta cinco trabajadores en épocas de mayor actividad y que, generalmente, suelen coincidir con la organización de la feria de la miel que tiene lugar cada segundo fin de semana de noviembre.

La inauguración del proyecto tuvo lugar en noviembre de 2013, momento fundacional a partir del cual la empresa gestora se hizo cargo de la coordinación del centro, asumiendo también la gestión de la Tourist Info de Montroi, así como la organización de la Feria Valenciana de la Miel (FIVAMEL).



Fuente: elaboración propia.

Figura 5. Retrospectiva de la feria FIVAMEL.



Fuente: elaboración propia.

Figura 6. Fachada del museo MUVAMEL.

4. Resultados y conclusiones

Después de los ocho primeros años de gestión, hay que admitir que el modelo ha sido un éxito, pues de otro modo no se hubiera podido mantener el servicio. Con los mismos recursos, se atiende la organización de la feria, la oficina de turismo y la dirección del museo, contribuyendo así al cumplimiento de la mayoría de los objetivos para los que se creó.

La pandemia que estamos sufriendo en estos momentos ha supuesto un serio revés para el desarrollo de actividades de este año: no habrá feria, han caído todas las excursiones escolares, así como las rutas de adultos y, por si fuera poco, ha habido un descenso en las ventas de productos en tiendas de cerca del cuarenta por ciento.

Estamos trabajando para rediseñar el museo, implantando nuevas medidas de protección y seguridad en las visitas, a la vez que vamos a intensificar la venta de productos on-line. Como contrapartida, hemos tenido que reducir los costes de contratación de personal, quedando únicamente el gerente al frente del museo.

Bibliografía

Roigé, X., Fernández, E., Arrieta, I. (2008). *El futuro de los museos etnológicos. Consideraciones introductorias para un debate*. Donostia: Ankulegi Antropologia Elkartea.

APGCC. (2001). *Guía de buenas prácticas de la Gestión Cultural*. Barcelona: Associació Professional de Gestors Culturals de Catalunya.

LOS MUSEOS CONTEMPORÁNEOS EN EL CONTEXTO ETNO-ENOLÓGICO ESPAÑOL

María del Rocío Acha Barral

*Conservadora de Museos. Profesora de Historia del Arte en UNED Pontevedra.
achabarral@hotmail.com*

Abstract: Wine and its culture have made their way in recent years into a welfare society with the creation of institutions and wine tourism networks that respond to the beginning of a demand social, backed by a cultural tradition that goes back to the origins of Humanity. The museums, Interpretation Centers and Musealized Wineries are a true reflection of this new situation and Since the origin of their museum typology in our country, more than a century ago, they have been in direct contact with society to value the great heritage, historical and artistic wealth of wine in Spain, researching, exhibiting and generating culture.

Keywords: Museum, wine, musealized winery, interpretation center, wine tourism, collection, permanent exhibition.

Resumen: *El vino y su cultura se abren paso en los últimos años en una sociedad de bienestar con la creación de instituciones y entramados enoturísticos que responden al nacimiento de una demanda social, avalada por una tradición cultural que nos remonta a los orígenes de la Humanidad. Los Museos, Centros de Interpretación y las Bodegas Musealizadas son un fiel reflejo de esta nueva situación y desde el nacimiento de su tipología museística en nuestro país, hace más de un siglo, han estado en contacto directo con la sociedad para poner en valor la gran riqueza patrimonial, histórica y artística del vino en España, investigando, exhibiendo y generando cultura.*

Palabras clave: museo, vino, bodega musealizada, centro de interpretación, enoturismo, colección, exposición permanente.

Citar como: Acha Barral, M.R. (2021). Los museos contemporáneos en el contexto etno-enológico español. En *Actas del II Congreso Internacional sobre Patrimonio Alimentario y Museos*. 11-12 noviembre, 2020, Valencia, España. pp. 21-38.

1. Museos del Vino

Una de las tipologías museísticas contemporáneas con mayor proyección en los últimos años en nuestro país es la de los Museos del Vino.

A modo de introducción podemos afirmar que históricamente es una disciplina que en España remonta al siglo XIX, cuando a raíz de un Real Decreto del 15 de enero de 1892 se establece la creación de las Estaciones enológicas en España, entendidas como: "verdaderas escuelas prácticas de vinificación a la vez que centros de investigación y de ensayo, lo serán de consulta donde los que lo deseen puedan perfeccionarse en la elaboración y demás operaciones que la crianza y mezcla de vinos requieren, así como las combinaciones de que son susceptibles para satisfacer las exigencias del mercado", especificando en el artículo 8 la creación de la figura del Museo del Vino en España:

*"En cada Estación se formará un depósito de muestras de los vinos de la comarca, llevándose por el Ayuntamiento un registro de la composición, condiciones de cada uno, situación del viñedo y clases de cepas que lo producen, nombre del propietario y observaciones referentes a él. También se formará en cada Estación un pequeño museo de los aparatos más perfectos y que en la práctica den mejores resultados para la elaboración y condiciones de los vinos."*¹

En este sentido la Estación Enológica de Haro en la Rioja, será uno de los primeros referentes públicos españoles, seguido por Vilafranca del Penedés en 1935, con el Museu de Vilafranca-Museu del Vi, y con el antecedente en 1926 de L'Exposició d'Art del Penedés y, tras un parón de décadas el boom de los años noventa, con importantes museos del vino en España como el Museo de la Vid y del Vino de la Comunidad Valenciana, el Museo del Vino del Castillo de Peñafiel, el Museo del Vino de Valdepeñas...etc, hasta llegar en el año 2004 al Museo de la Cultura del Vino Dinastía Vivanco, que establecerá un antes y un después en la historia de los Museos del Vino de España. La creación en el año 2005 del último referente en la evolución histórica de los Museos del Vino de España, con la puesta en marcha de la Asociación de Museos del Vino de España, cuyos ejes de actuación estaban centrados en favorecer el encuentro, cooperación y estudio de los museos y centros temáticos vinculados al vino, posiciona definitivamente en el panorama museístico a los Museos del Vino.

Lo cierto es que al margen de toda esta contemporaneidad en los aspectos museísticos, es un hecho que el recorrido histórico del mundo del vino nos traslada hasta la antigüedad más remota, a la época Cenozoica con la familia vitácea y los antecedentes de la vid silvestre. Un largo camino en el que la historia de la vid ha transcurrido paralela a la historia de la humanidad y donde no han faltado referencias históricas y artísticas con las que avalar los grandes Museos, Centros de Interpretación y Bodegas Musealizadas que en la actualidad posee España.

La realidad museística vitivinícola en España nos permite recorrer el país de norte a sur y de este a oeste, archipiélagos incluidos, evidenciando el gran potencial de todo el territorio en la materia. En este sentido los ejemplos son abundantes. Las principales referencias de Museos del Vino las podemos analizar en instituciones como:

¹ Acha Barral, M.R. (2018). Los museos y la cultura del ocio. Los Museos del Vino en España. Pontevedra. Instituto Iberoamericano de Museología, págs. 82-83.

1.1. El Museo Provincial del Vino de Valladolid

Situado en el castillo medieval de Peñafiel, Monumento Nacional desde el año 1917 y cuyo discurso expositivo se centra en: el vino en las culturas antiguas, en el medievo, en la cultura contemporánea, en el arte, en la gastronomía, en las fiestas, en la geografía de la provincia, en la planta de la vid, la viticultura, la vinificación, los artesanos del vino, la crianza y la reserva, los consejos prácticos, la cata y la Estación Enológica y los Consejos Reguladores de los vinos de Valladolid.

Asimismo, a los pies del castillo las bodegas subterráneas conectan la falda de la montaña con arquitecturas contemporáneas del mundo del vino como las bodegas Protos de Richard Rogers.

1.2. Museo del Vino de Requena

Compuesto por una construcción del siglo XV edificada sobre la antigua residencia del Cid en Requena. Las exposiciones permanentes combinan un recorrido por la historia del vitivinícola de Requena con la visita a la cueva-bodega, y la temática se centra en: la geografía de la comarca, la evolución vitivinícola, el material arqueológico, con especial atención al yacimiento de Solana de las Pilillas, una estructura bodeguera del siglo VI a.C.

1.3. Museo del Vino de Bullas

Instalado en una bodega del siglo XIX, perteneciente a la familia Melgares de Aguilar, que se conserva en su estado original, con una arquitectura y unas referencias vnicas de grandes tinajas de cerámica enterradas en el suelo, que centran el discurso del Museo para presentar la cultura del vino en el territorio del Reino de Murcia.

Su colección permanente se apoya en los vestigios arqueológicos del conjunto de vajillas del Cigarrero; también romanos como el sello con motivos de vendimia de El Castellar o la escultura del Niño de las Uvas de la villa romana de los Cantos, así como documentación relativa a las épocas medieval, moderna y contemporánea.

1.4. Museo del Vino de Valdepeñas

Está situado en la antigua bodega de Leocadio Morales, una construcción de 1901.

Un museo que apoya su discurso expositivo en pilares tan importantes como: el yacimiento ibérico del Cerro de las Cabezas de los siglos VII-III a.C., con hallazgos de recipientes y restos de pepitas de uva; la introducción de la variedad tempranillo en el siglo XII desde la Borgoña a través de las órdenes religiosas y el monje Raimundo de Fitero; los impuestos de las alcabalas, sobre el consumo de vino que ayudan al sufragio de parte de la construcción de la Puerta de Alcalá y la Puerta de Toledo en Madrid; o la importancia del desarrollo del ferrocarril en la segunda mitad del siglo XIX, que dará paso al "tren del vino".

Cuenta además de la colección etnográfica, con el archivo fotográfico de Harry Gordon sobre la vendimia en de Valdepeñas del 1959.

1.5. Museo Etnográfico y del Vino de Cambados

Compuesto por dos edificios dentro del conjunto histórico de la villa, uno contemporáneo y otro histórico, este último una antigua casa rectoral. Este museo plantea un discurso expositivo a través de la historia, el arte, la geografía, la cultura popular y los aspectos vitivinícolas del vino en la Denominación de Origen Rías Baixas.

La colección permanente se divide en cinco salas de exposición interior y dos salas de exposición exterior, denominadas: la sala de la Historia del Vino, la sala de Viticultura, la de Vinificación, la de Cerámica del Vino, la sala de la Fiesta del Vino Albariño de Cambados, la sala de la Destilación y la Sala de Arte Contemporáneo, en las que se exponen piezas desde época romana, como ánforas del siglo I, hasta obras contemporáneas vinculadas a la temática del vino de artistas como el escultor Manolo Paz (Figura 1).



Fuente: Acha Barral, M.R. (2020).

Figura 1. Exterior del Museo Etnográfico y del Vino de Cambados.

1.6. Museo del Vino del Castillo de Peralada

Situado en un convento de carmelitas del siglo XIV el Museo del Vino del Castillo de Peralada, alberga las colecciones particulares de la familia Mateu-Suqué.

Sus salas están destinadas a temática etnográfica; un comedor del siglo XIX instalado dentro de una gran cuba, escenografía que sirvió de stand para la feria en la que Miguel Mateu presentó sus vinos por primera vez al público, y donde también se expone el trampantojo de Pedro Borrell del Caso, Payes con racimo de 1890; parte de la importante colección de vidrio antiguo de la colección Mateu; o la colección de nueve toneles cercados en madera, los "vaixells congregniats" procedentes de Manresa, de entre los siglos XVI y XVIII.

Cuenta también con una bodega visitable, una biblioteca con 80.000 volúmenes fechados desde el siglo XIII, entre ellos fondos de enología desde 1629, un archivo documental con documentación desde el siglo IX, un archivo fotográfico (Figura 2) y colecciones de cerámica y vidrio.

1.7. Museo Barbadillo de la Manzanilla

Situado en un conjunto bodeguero del marco histórico de Sanlúcar de Barrameda, el museo cuenta la historia de la Manzanilla y de los aspectos más relevantes de la marca Barbadillo.

Se distribuye en siete módulos denominados: el medio físico y la vid; la pisa; la crianza; los tipos de vinos; el envasado; la comercialización y el mundo de la empresa, en las que se puede disfrutar de la historia, la etnografía y el patrimonio a través de la variedad de las piezas expuestas (Figura 3).

La visita se completa con la Bodega La Arboledilla, uno de los principales referentes de la arquitectura bodeguera del Marco del Jerez y de las catedrales del vino, construida en 1876 por Cipriano Terán, siendo la construcción bodeguera más elevada de entre las bodegas del siglo XIX en el Marco del Jerez.



Fuente: Acha Barral, M.R. (2005).

Figura 2. Biblioteca del Castillo de Peralada.



Fuente: Acha Barral, M.R. (2018).

Figura 3. Fachada del Museo Barbadillo.

1.8. Museo de la Vid y el Vino de la Comunidad Valenciana

Ubicado en la antigua Bodega Redonda de Utiel, centra sus colecciones en aspectos etnográficos, vitivinícolas y un espacio dedicado a las destilerías de licores de finales de siglo.

También dedica una parte importante de su exposición permanente a la colección de botellas de vino que marcan la evolución histórica del diseño y la industria en la comunidad valenciana.

1.9. Museo de las Ciencias del Vino de Almendralejo

Está instalado en la "Alcoholera Extremeña", un antiguo edificio de la arquitectura industrial de la zona que conserva la estructura inicial de la alcoholera.

El museo forma parte del proyecto “Museos de identidad” de la Consejería de Cultura de la Junta de Extremadura y establece un planteamiento de centro para la promoción y estudio del patrimonio del vino extremeño.

Sus salas se dividen en: la arqueología del vino, la antropología en campo, la antropología en bodega y el pasillo de las ciencias, y cuenta asimismo con un patio de viñas en el exterior de importante actividad didáctica.

1.10. Museo de la Cultura del Vino Dinastía Vivanco

La gran riqueza de colecciones vinculadas al mundo del vino con las que cuenta este museo incluye desde ritones de la antigua Mesopotamia o cráteras griegas del siglo IV a.C., hasta obras de artistas internacionalmente reconocidos como Andrea Mantegna, José de Ribera “el Españoleta” o Pablo Picasso.

Sus salas se distribuyen en: Nacer, Crecer, Madurar; Guardar las esencias; La bodega: El sueño; El vino: arte y símbolo y Abrir, servir y beber, y también cuenta con un área de exposición exterior en la que se puede disfrutar de una colección Ampelográfica de 200 variedades de vid. La visita se completa con las bodegas Vivanco, el viñedo, el centro de documentación del vino, el aula de cata, el restaurante, la enotienda, la Fundación Dinastía Vivanco o el yacimiento arqueológico de San Bartolomé de la Noguera en Tudelilla.

1.11. Pagos del Rey Museo del Vino

Está situado en Morales de Toro, en la antigua cooperativa de vinos Nuestra Señora de las Viñas. Pertenece al grupo empresarial Félix Solís Avantis y está planteado como un eje muy importante en la dinamización de Toro como territorio enoturístico.

El discurso museístico se centra en la historia y la cultura del vino, abarcando desde los orígenes en el Próximo Oriente hasta el vino en la actualidad en las tierras de Toro y la marca Félix Solís. Cuenta con áreas de exposición interior y exterior, con tienda, área de degustación, auditorio y bodega visitable.(Figura 4).



Fuente: Acha Barral, M.R. (2017).

Figura 4. Colección Permanente del Museo del Vino Pagos del Rey.

1.12. Museo del Vino y la Vida Rural de Sisternas

El Caserío del Museo de Sisternas fue fundado a principios de siglo XX por la familia de los Cabilderos, y constituyó el lugar donde sus miembros vivían, trabajaban y elaboraban vino, todo lo cual ha dotado a este espacio museístico de un enorme valor como fuente documental, antropológica, etnográfica, enológica..., ya que muestra todos los aspectos de la vida rural de esta comarca vitivinícola.

Se compone de varios espacios expositivos como: la casa, el almacén, los corrales, la cocina, el horno, la bodega y sus depósitos subterráneos y los viñedos, siendo el núcleo principal la bodega y los depósitos de vino.

Cuenta con más de 5.000 piezas catalogadas correspondientes al mundo del vino y al modo de vida rural.

1.13. Museo del Vino de Cangas del Narcea

Los orígenes del museo se sitúan en un monasterio del siglo XI, aunque las áreas circundantes están documentadas en el siglo XIV. Originariamente era de carácter comunal, ya que la propiedad había sido repartida entre varios propietarios que transformaban la uva y posteriormente la trasladaban a las bodegas para fermentar.

Las salas están divididas en: La Tierra de Cangas un vino peculiar, Historia y Tiempo, Paisaje y Viñas, El balcón del paisaje, El misterio del vino, Los Sentidos en el vino, El paisaje y en el Lagar de Santiso (Figura 5).



Fuente: Acha Barral, M.R. (2010).

Figura 5. Exposición etnográfica del Museo del Vino de Cangas del Narcea.

1.14. El Museo del Vino D.O. Campo de Borja. Monasterio de Veruela

Este museo está instalado en el antiguo aljibe del Monasterio de Veruela datado en el año 1200 e históricamente basa su discurso en la donación de Viñedos de Magallón de 1203, documentación hallada en los propios archivos del Monasterio, en la vitivinicultura desarrollada por la orden del Cister, y también en la evolución desde el s. XIX de las bodegas particulares excavadas en las colinas y en el cooperativismo.

Sus salas se dividen en: Las Bodegas, Las tierras del Moncayo, Vid es vida, La sala de la Historia, La sala de Viticultura, El Taller de los Sentidos, La sala del Color, La Sala de Cata de vino y El Jardín de las Garnachas, que contiene variedades de vides octogenarias.

1.15. Casa Museo del Vino de Gran Canaria, El Galeón

Ubicado en un edificio histórico de más de 200 años, la Casa Museo se compone de: El Museo del Vino, amparado en el legado histórico de los vinos de Gran Canaria a través de fondos etnográficos y vitivinícolas; una sala dedicada a la exposición del programa europeo Vinest, del que surge la iniciativa del museo del Vino; una sala de catas; una Tienda y un Restaurante.

Está planteado enoturísticamente, con la visita a las distintas bodegas de la zona y la posibilidad de ampliar conocimientos desde el punto de vista de la formación, con la plantación del viñedo experimental de la Granja Agrícola Experimental del Cabildo, instalada al lado de la Casa del Vino.

1.16. Museo Insular de la Vid y el Vino de Tenerife

También llamado La Casa de la Baranda, porque era el nombre que recibía la antigua Hacienda Agrícola Canaria del siglo XVII en la que se instala el museo.

Centra sus contenidos expositivos en varias salas dedicadas a: la Geografía y el Clima, la Agricultura Insular y los suelos, la Viticultura Insular, los Sistemas Tradicionales de Cultivo, las Variedades de Vid de Tenerife, los Sistemas de Conducción Alternativos, las Rutas del Vino, la importancia de los Vinos de Tenerife, los Puertos del Vino, las Exposiciones Universales y los Premios, la Vendimia, el Vino y su Elaboración, las Denominaciones de Origen y las Bodegas Comarcales, El Control de Calidad y Origen, los Vinos producidos en las Denominaciones de Origen de Tenerife y las Tradiciones.

Sus fondos están compuestos por: colecciones de objetos antiguos, el archivo fotográfico y las colecciones de botellas y etiquetas de vino, y en el área de exposición al aire libre por las variedades de viñas cultivadas en el Jardín de las Viñas.

1.17. VINSEUM. Museo de las Culturas del Vino de Cataluña

Está ubicado en el Palacio Real de Vilafranca del Penedès y en la capilla de Sant Pelegrí. Se inaugura en el año 1936 como el primer museo del vino de España y en el año 2012, vuelve a abrir al público como VINSEUM.

Se compone de seis salas de exposición permanente: El Rebost, El Tirso, El Clos, El Muelle, Las Sobremesas y El Aplec. Toda la temática de este museo gira en torno a la historia vitivinícola

catalana, desde el punto de vista antropológico y cultural y sus fondos están constituidos por material etnográfico, artístico, arqueológico, geológico, paleontológico y ornitológico.

1.18. Museo del Vino El Grifo de Lanzarote

Este museo está asociado en sus orígenes al nacimiento de la bodega El Grifo en el año 1775, la bodega más antigua de Canarias y una de las más antiguas de España.

El concepto de museo como tal surge de la iniciativa de los propietarios de la bodega en el año 1986, y cuenta con la colaboración del artista César Manrique, quien diseñará además para las instalaciones El Pájaro Grifo, un símbolo de la firma.

Todo el conjunto es un referente de la cultura del denominado viñedo de lo imposible, en alusión a la tipología de viñedo que se desarrolla en la isla desde las erupciones volcánicas de 1730 al 1736 y que marcan su transformación y también la del paisaje a través del viñedo y de unas estructuras de protección eólica para cultivo tradicional.

1.19. Museu del Suro de Palafrugell

El edificio que alberga este museo era una antigua fábrica de corcho de diseño modernista, de los años 1900-1907, que fue proyectada por el general Guitart, y por ello la temática abarca todo el proceso de elaboración del corcho, desde el árbol del alcornoque hasta la salida de la fábrica, estableciendo así una serie de conexiones con el ámbito natural a través de la configuración de los distintos paisajes, con el ámbito industrial, mediante los procesos de elaboración y con el ámbito social a través de los modos de vida derivados.

Desde el punto de vista expositivo cuenta con una exposición permanente centrada en la historia y características de la industria corchera en Cataluña y variadas exposiciones temporales e itinerantes relacionadas con la temática con el objeto de difundir e investigar sobre el patrimonio corchero.

El museo se compone también de dos centros más que son: el Centro de Interpretación del Dipòsit Modernista de Can Mario y el conjunto monumental de Sant Sebastià de la Guarda de Llanfranc, biblioteca, hemeroteca y el centro de documentación denominado Ramir Medir.

1.20. Museo del Vino Málaga

Está situado en el Palacio de Biedmas, un edificio del siglo XVIII que fue abierto al público como museo y sede de los consejos reguladores de las denominaciones de origen Málaga, Sierras de Málaga y Pasas de Málaga, en el año 2008.

Sus fondos están formados por: etiquetas históricas y carteles de vinos, litografías, material gráfico de finales del siglo XIX, estuchería, piezas etnográficas, piezas vinculadas al patrimonio industrial..., haciendo posible un recorrido por los orígenes y la historia de los vinos, la geografía en la que estos se desarrollan y las características, elaboración y crianza en las diferentes denominaciones de origen que componen este museo del vino (Figura 8).



Fuente: Acha Barral, M.R. (2017).

Figura 6. Exterior del Museo del Vino de Málaga.

1.21. Museo del Vino de Almonte

Un antiguo conjunto bodeguero de finales del siglo XIX alberga el museo del vino cuya temática está centrada en aspectos que abordan los orígenes históricos del vino en la comarca, la viticultura, la variedad de uva zalema, el proceso de elaboración del vino, la cata, los productos derivados de la uva o los procesos enológicos.

Se compone de varias áreas expositivas: El vino, oro líquido en Almonte; El trabajo en el lagar; El cultivo de la vid; La elaboración del vino; Los colores del vino; Los aromas del vino; Nuevos vinos, nuevos mercados; De la cepa a la copa; Los secretos del enólogo y un edificio recuperado, que se combina con fondos originales de la antigua estructura bodeguera y elementos interactivos.

1.22. Museo del Vino Monasterio de Piedra

El Museo del Vino del Monasterio de Piedra es un edificio histórico del siglo XII, el Monasterio cisterciense de Piedra, albergando la antigua cella del monasterio del siglo XIV una exposición permanente planteada a través de un recorrido histórico de los vinos de Calatayud, desde las referencias más antiguas celtíberas y romanas de Augusta Bilibilis, con alusiones escritas a los vinos en el siglo I del historiador Marco Valerio Marcial, hasta el presente.

La temática medieval es la gran protagonista en todo el conjunto con espacios tan emblemáticos como la sala del cillero, las neveras o fresqueras y todo el utillaje tradicional de elaboración del vino.

1.23. Museo Torre del Vino de Socuéllamos en Ciudad Real

El edificio donde se ubica este museo es la antigua estación de ferrocarril, destacando arquitectónicamente por su torre-mirador de 42 metros de altura que permite una visión del campo de viñas de Castilla-La Mancha.

En él la historia del vino, las labores de cultivo, los cuidados de la vid, el proceso de vinificación, la comercialización..., tienen cabida en un espacio que además cuenta con otros servicios como vinoteca, sala de catas de vinos o salón de conferencias, dividido en varias áreas como son: el edificio; el vino; la localidad de Socuéllamos y su consideración como la bodega de Europa; el proceso de vinificación; el servicio del vino o la bodega.

1.24. Museo del Vino de Aranda de Duero. Ribíertete

Desde un punto de vista histórico las bodegas subterráneas del casco antiguo de Aranda de Duero establecen el hilo argumental para adentrarse a través de este museo en la Edad Media y en el mundo de la elaboración y el almacenaje del vino, mostrando igualmente una de las grandes peculiaridades de la zona, como es el entramado urbanístico subterráneo.

Son más de 120 bodegas, que nos traslada a unas arquitecturas bodegueras en unos espacios profundos, a modo de galerías con largos pasillos y naves, con sumideros y con chimeneas de aireación o zarceras.

1.25. Museo Casa de la Viña y el Vino de Cariñena

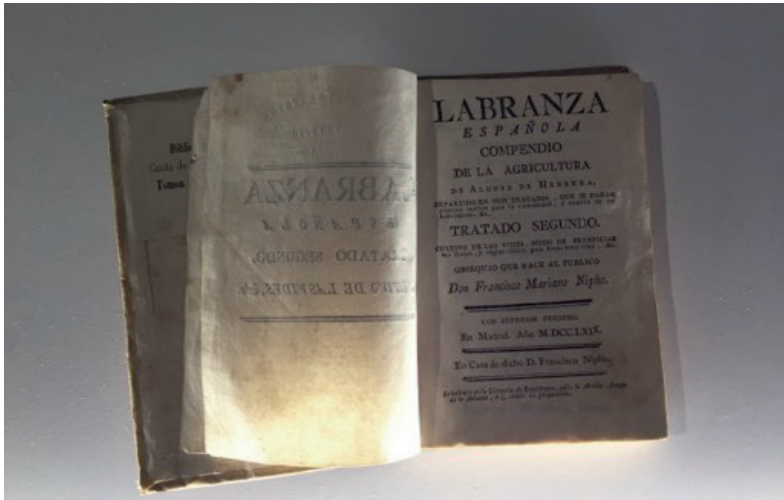
Situado en el interior de una antigua bodega modernista de 1918, el Museo Casa de la Viña y el Vino acoge la sede de los vinos de la Denominación de Origen más antigua de Aragón, la D.O. Cariñena.

Su discurso expositivo se centra en los pueblos de Cariñena, para continuar con las características vitivinícolas de la zona, que se exponen en los espacios de los antiguos trujales de la bodega, todo ello conjugado con referencias históricas y etnográficas a lo largo de una exposición permanente con más de medio millar de piezas.

1.26. Museo da Ciencia do Viño de Salvaterra de Miño

Está situado en un antiguo castillo cuyos orígenes datan de los siglos X-XI, declarado en el año 1949 Bien de Interés Cultural.

Es un museo dedicado a la cultura y a la ciencia del vino en las Rías Baixas gallegas, que permiten hacer un recorrido al visitante por la historia, la cultura, la etnografía, la antropología, la enología, la vitivinicultura y también el presente vínico de este territorio, sin olvidar los estrechos lazos que en este sentido lo unen con el territorio vecino de Portugal (Figura 7).



Fuente: Acha Barral, M.R. (2019).

Figura 7. Compendio de Agricultura de Alonso de Herrera.1769. Museo da Ciencia do Viño de Salvaterra de Miño.

1.27. Museo de la Viña y el Vino de Navarra

En Olite, en un edificio del siglo XVII, el antiguo Palacio de Santo Ángel, que a su vez se rodea de otras grandes referencias históricas de la zona como son el Castillo de Olite, el parador o antiguo Palacio Real, la iglesia de Santa María y las galerías subterráneas, se instala el museo, dividido en cuatro plantas monográficas del mundo del vino, centradas en: la evolución histórica del vino navarro, el viñedo, la elaboración de los vinos en el territorio y en el vino y los sentidos, esta última planta situada en la que fue antigua bodega del palacio de Santo Ángel.

1.28. Museo del Vino de Galicia

En la rectoral de Santo André de Camporredondo, del siglo XVIII, se acoge el Museo del Vino de Galicia y se dan a conocer las diferentes denominaciones de origen del vino en Galicia, a través de las salas de: La creación de los paisajes del vino, Los trabajos de la vid, Galicia y sus viñedos, O Ribeiro, Granjas y Prioratos, La llegada de la uva, Los lagares y el Vino en la bodega.

2. Centros de Interpretación del Vino

En lo referente a los Centros de Interpretación del Vino en España, destacamos ejemplos como:

2.1. El Centro Temático del Vino Villa-Lucía

Situado en Laguardia, en La Rioja Alavesa, en la antigua finca de recreo de la familia del fabulista de Samaniego encontramos este centro de interpretación que se incluye dentro de un proyecto empresarial enoturístico amplio, compuesto por: el hotel Villa de Laguardia, el Wine Oil Spa Villa de Laguardia, un restaurante, viñedos, jardines y la bodega subterránea El Fabulista, una estructura situada bajo el palacio de Samaniego en el conjunto histórico de la villa de Laguardia, y que fue fuente de inspiración de la obra literaria de Félix María Samaniego.

Este centro combina en el discurso expositivo la historia y tradición del vino, con fondos vinculados al patrimonio industrial, con efectos audiovisuales, catas virtuales de aromas, olores y colores, paneles didácticos, maquetas, utensilios, interactivos...etc.

2.2. CIAVIN. Centro de Interpretación de la Arquitectura asociada al Vino

CIAVIN es un centro que delimita su ámbito de interpretación en el mundo del vino a las diferentes referencias arquitectónicas vitivinícolas e históricamente basa su actuación en la creación de la ciudad de Aranda de Duero, su ampliación y la importancia de su arquitectura bodeguera en temas clave como por ejemplo la creación del amplio entramado de bodegas subterráneas que remonta sus orígenes a la Edad Media, también se interpreta en esta institución la simbología de las bodegas como espacios sociales y lugares de celebración.

La visita se complementa con una bodega subterránea musealizada en el conjunto histórico de la ciudad, denominada la bodega de Las Ánimas y que forma parte de la red de bodegas medievales de Aranda de Duero.

2.3. Aula de Interpretación de Mucientes

En este centro se combina el concepto de Centro de Interpretación del Vino con el de Bodega Musealizada. Es una entidad ubicada en un barrio de bodegas extramuros de la población de Mucientes, instalándose en dos bodegas continuas del siglo XVI, que fueron restauradas y acondicionadas desde el punto de vista museístico en el año 2006.

Su discurso expositivo se centra en el continente, en la propia construcción bodeguera subterránea, a modo de caverna, con una labor arquitectónica planteada desde dentro hacia fuera, y que ahonda en el interior de la tierra diez metros para crear una construcción capaz de proporcionar las condiciones isotérmicas necesarias para la elaboración del vino. Un espacio en el que se prensa la uva, se realiza el proceso de fermentación y también se conservan los vinos.

2.4. Centro de Interpretación del Cava. Fassina de Can Guineu

La “fassina”, una antigua fábrica de aguardientes del año 1814, está situada en San Sadurní D’Anoia, y se plantea como un centro de dinamización y promoción del territorio, con una vinculación directa con el empresariado local del cava.

La visita al centro de interpretación combina un recorrido basado en las nuevas tecnologías por la historia y la vitivinicultura de la zona, con la visita al viñedo y con la visita a diferentes bodegas de cava en el área de San Sadurní D’Anoia.

2.5. Centro do Viño da Ribeira Sacra

Los elementos naturales y sobre todo el paisaje del viñedo, centran la atención del discurso museístico del centro, una de sus señas de identidad, que se manifiesta a través del cultivo del viñedo en terrazas o bancales que conforman la singularidad de la Ribeira Sacra, y también en la denominada viticultura heroica de la zona, con todo el componente antropológico que lo envuelve.

Las salas de la exposición permanente se concentran en las siguientes temáticas: la arquitectura civil, la naturaleza, el arte románico, los monasterios, las bodegas, las fiestas, las tradiciones, la artesanía y el Camino de Santiago (Figura 8).

2.6. Espacio del Vino de la D.O. Somontano

Este espacio forma parte del complejo histórico de San Julián y Santa Lucía de Barbastró, en el que se concentran todas las instalaciones relacionadas con la Denominación de Origen Somontano, comprendiendo la sede del Consejo Regulador de la Denominación de Origen Somontano, la tienda del vino, el restaurante La Viña de San Julián y el Centro de Interpretación.

Se compone de dos grandes salas: la primera basada en la orientación de la promoción de los recursos enoturísticos del Somontano mediante el uso de las nuevas tecnologías y los montajes audiovisuales y la segunda centrada en la interacción con el visitante a través de los diferentes recursos didácticos que ofrece.

2.7. Centro de Interpretación del Vino Emina

Situado en las instalaciones de las Bodegas Emina Duero, este centro constituye parte de un proyecto enoturístico más amplio que incluye viñedos, un restaurante, la propia bodega, una línea enocsmética, un alojamiento enoturístico y una oferta de productos denominada eminazero, enfocada a una apuesta por los modos de vida más saludables.

Su ubicación en Valbuena de Duero, posibilita que este centro de interpretación una al elemento enológico el elemento cultural, a través del yacimiento arqueológico de Pintia y el poblado prerromano de Quintanas, donde se han encontrado importantes restos vinculados al mundo del vino, y también a través del Monasterio cisterciense de Santa María de Valbuena, del siglo XII, sede de la fundación de Las Edades del Hombre (Figura 9).



Fuente: Acha Barral, M.R. (2015).

Figura 8. Interior del Centro do Viño da Ribeira Sacra.



Fuente: Acha Barral, M.R. (2008).

Figura 9. Interior de Emina.

2.8. Centro de Interpretación del Vino y la Sal de Chiclana

Está ubicado en la Plaza de las Bodegas, en un antiguo casco de bodega, rehabilitado en el centro de la ciudad y conocido como la antigua bodega de Primitivo Collantes. Tiene una temática compartida con otro de los grandes referentes en el desarrollo de la historia de la zona como es la sal. En el área dedicada al mundo del vino, el espacio consta de cuatro salas de exposición permanentes que centran su discurso en la vitivinicultura de la zona y en las estructuras bodegueras del municipio de Chiclana. A través de ellas se plantea un recorrido histórico que va desde los orígenes fenicios hasta el presente más reciente (Figura 10).



Fuente: Acha Barral, M.R. (2018).

Figura 10. Sala de ánforas del Centro de Interpretación del Vino y la Sal de Chiclana.

2.9. Centro de Interpretación del Vino de Huétor Vega

Cerca de la Alhambra de Granada, este centro plantea un discurso con unos objetivos que combinan el mundo de la cultura del vino granadino con la cultura del mundo del flamenco. Los contenidos del área vitivinícola están basados en la historia del vino de la zona, en las cualidades del terreno, en las variedades de las uvas cultivadas..., para analizar luego el utillaje, las barricas, la elaboración de los vinos y sus características: color, aroma, sabor..., hasta llegar al proceso final de la cata de vino.

2.10. Museo-Centro de Interpretación del Vino de Aldeanueva de Ebro

Aldeanueva de Ebro es el primer centro dedicado al mundo del vino de La Rioja Baja.

La historia de los vinos de este territorio, sus orígenes, cultivo, variedades de uva, elaboración, bodegas, cooperativismo, comercialización y consumo, se recogen en este centro, que tras una arquitectura religiosa esconde e interpreta el mundo de la vitivinicultura riojana. Cuenta entre sus fondos con diverso tipo de material, del que sobresale: el material cartográfico, el fotográfico, las colecciones de piezas etnográficas y también el archivo documental.

2.11. Centro de Interpretación El Bodegón. Almudévar

El edificio del Centro de Interpretación abarca un discurso expositivo permanente que basa sus contenidos en el desarrollo de las tierras de Almudévar y en la evolución vitivinícola de la zona, destacando el proceso de la vendimia, que pone en valor sus referentes patrimoniales vínicos más destacados como son el conjunto de bodegas excavadas, cuyas menciones documentales se remontan al año 1765.

Esta arquitectura vínica de bodega-cueva excavada en la roca se puede observar geográficamente en las colinas que bordean la zona de Almudévar, superando la cifra de 450 instalaciones bodegueras. Sus dimensiones varían, pero todas ellas cuentan con una serie de elementos comunes que definen su función, como son: los lagares, las prensas o los fumeros.

2.12. Centro de la Cultura del Vino de Moriles

Situado en medio de un viñedo en espaldera, en el territorio del Moriles Alto, el centro de diseño vanguardista, dinamiza la cultura y el turismo de este territorio cordobés. Los objetivos de este centro de interpretación se concentran principalmente en el paisaje del viñedo de la zona y en aspectos tan relevantes como: la Denominación de Origen MontillaMoriles, la Viticultura, el Embotellado, la Comercialización, las Labores del viñedo, la Gastronomía, el Arte del Vino y las Catas de los vinos.

Está dividido en ocho salas de exposición, que se complementan con un espacio de catas y con un área didáctica enfocada a la formación vitivinícola.

Por último, en lo referente a las Bodegas Musealizadas, nos vamos a centrar en dos ejemplos históricos en nuestro país, como son las Bodegas jerezanas Sandeman y las bodegas riojanas de R. López de Heredia Viña Tondonia.

2.13. Sandeman Jerez - Bodegas y Museo

La importancia en el mundo del vino de Sandeman reside tanto en su historia vitivinícola, como en la relevancia de la firma comercial y de su logotipo, un símbolo en la historia del diseño contemporáneo. La firma Sandeman fue fundada en Londres en el año 1790 por el escocés George Sandeman, y tiene en su logotipo «The Don», un emblema mundialmente conocido desde que se diseñó en 1928 por Georges Massiot Brown, destacándose por ser el primer logotipo de la industria del vino.

Sus fondos más destacados cuentan con colecciones de botellas antiguas sopladas a mano, que incluye piezas desde mediados del siglo XVII hasta finales del siglo XIX, la colección de dibujos de finales del siglo XIX sobre los trabajos realizados en bodega tanto en Jerez como en Oporto, firmada por William Prater, o la colección de carteles publicitarios desde 1910, que incluyen piezas como «Sherryland», «Sherrygirl», «The Centaur» o el «Sandeman Don» de 1928. Además, la bodega presenta importantes fondos etnográficos de carácter histórico vinculados con la propia actividad vitivinícola y referencias a la arquitectura bodeguera del marco del Jerez.

2.14. Bodegas R. López de Heredia Viña Tondonia

Esta bodega, como uno de los principales referentes de la historia y la cultura del vino en nuestro país que es, cuenta con un gran patrimonio enológico, un archivo documental y una amplia colección etnográfica.

Sus fondos se distribuyen en: El Patrimonio Documental, El Patrimonio Material, las Arquitecturas de la bodega, con edificios desde 1870 hasta la época contemporáneo, como el conjunto bodeguero realizado por Zaha Hadid; y por último El Patrimonio Inmaterial (Figura 11).



Fuente: Acha Barral, M.R. (2018).

Figura 11. Interior de Bodegas López de Heredia Viña Tondonia.

3. Conclusiones

Como conclusión, es un hecho que los Museos del Vino en España constituyen fuentes privilegiadas para el estudio del patrimonio histórico, artístico, medioambiental, etnográfico, enológico y antropológico del universo vitivinícola. Además, en la museística del vino en España apreciamos tres realidades paralelas como son:

- Los Museos del Vino
- Los Centros de Interpretación y
- Las Bodegas Musealizadas,

y el gran número de ejemplos que hemos mostrado en estas páginas así lo evidencian, poniendo en valor un legado patrimonial y unas señas de identidad, que a través de estas instituciones, posibilitan el desarrollo de la museística contemporánea en el contexto etnoenológico español.

Bibliografía

- Acha Barral, M.R. (2001). El Museo como centro de investigación y difusión vitivinícola. El Museo del vino Albariño. En J. Maldonado Rosso (Ed.), *Actas del I Symposium de la Asociación Internacional de Historia y Civilización de la Vid y el Vino* (367-371). El Puerto de Santa María. Asociación Internacional de Historia y Civilización de la Vid y el Vino y Ayuntamiento de El Puerto de Santa María.
- Acha Barral, M.R. (2002). *2000 Años de Cultura del Vino en la Península Ibérica. 2000 Anos de Cultura do Vinho na Península Ibérica*. Cambados. Dirección General de Cooperación y Comunicación Cultural del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte y Ayuntamiento de Cambados.
- Acha Barral, M.R. (2006) Dialéctica y Nuevas Tecnologías de la Información en los Museos del Vino. En S. Martínez Sánchez (Ed.), *La Tecnología y la Comunicación Museísticas, IV Congreso de Museos del Vino de España* (43-50). Murcia. Dirección General de Cultura, Consejería de Educación y Cultura. Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.
- Acha Barral, M.R. (2014). El Museo del Vino de Cambados. *Revista de Museología, RdM, Especial Museos del Vino de España*, (60): 156-164.
- Acha Barral, M.R. (2017). Los Museos del Vino: el caso español. In A. Guerreiro, A. Maduro, J. Custodio, E. Gonçalves (Ed.), *Enomemórias, Museologia e Património do Vinho (Territorio, Sociedade e Desenvolvimento)* (135-143). Maia. ISMAI, Instituto Universitario de Maia.
- Acha Barral, M.R. (2018). *Los museos y la cultura del ocio. Los Museos del Vino en España*. Pontevedra. Instituto Iberoamericano de Museología.
- Acha Barral, M.R., Trujillo Bolio, M.A. (2001). Rutas, Museos e Itinerarios Vitivinícolas España-Latinoamérica. *Revista Douro-Estudios & Documentos*, VI (11): 227-237.
- BOLETIN OFICIAL DEL ESTADO, número 291:19816-19829.
- Portal oficial de la Asociación de Museos del Vino en España. <http://www.museosdelvino.es> [Consulta: 3 de noviembre de 2020]
- Ramos Santana, A. (2014). Bodegas como Museos. Patrimonio Cultural de los vinos del Marco de Jerez. *Revista de Museología, RdM, Especial Museos del Vino de España* (60): 71-76.

ALIMENTACIÓN Y TRADICIÓN. MUSEO DEL JAMÓN Y DE LA CULTURA POPULAR

Francisco Martín Domingo, Pilar Marzo Bachiller

Museo del Jamón Calamocha Teruel. museodeljamon@calamocha.es

Abstract: The Ham Museum, with its three years of existence, has a collection of original pieces bought or donated by the residents of the area distributed in a building designed to make a center for the promotion of local products compatible with the knowledge of our heritage more near. A museum that belongs to the Calamocha City Council but is managed by one of the leading cultural institutions at the provincial level.

Keywords: heritage, culture, tradition, agri-food sector and promotion.

Resumen: *El Museo del Jamón, con sus tres años de andadura, cuenta con una colección de piezas originales compradas o cedidas por los vecinos de la zona distribuidas en un edificio diseñado para compatibilizar un centro de promoción de los productos locales con el conocimiento de nuestro patrimonio más cercano. Un museo que pertenece al Ayuntamiento de Calamocha pero que es gestionado por una de las instituciones culturales de referencia a nivel provincial.*

Palabras clave: *patrimonio, cultura, tradición, sector agroalimentario y promoción.*

Citar como: Martín Domingo, F. y Marzo Bachiller, P. (2021). Alimentación y tradición. Museo del Jamón y de la Cultura Popular. En *Actas del II Congreso Internacional sobre Patrimonio Alimentario y Museos*. 11-12 noviembre, 2020, Valencia, España. pp. 39-52.

1. Introducción

El Museo del Jamón se ubica en la localidad turolense de Calamocha. Tanto la provincia como la localidad tienen el sector agroalimentario como uno de sus principales pilares económicos. No en vano, el sector de jamón se consolidó ya en el año 1984 al obtener la marca de calidad Denominación de Origen Protegida para su producto. La localidad de Calamocha contó con una fuerte implantación del sector alimentario con grandes industrias instaladas desde las últimas décadas del siglo XX.

Se trata de una iniciativa municipal. La idea de construir un museo dedicado al jamón se gesta desde el Ayuntamiento de Calamocha de forma prácticamente paralela a la construcción de un polígono industrial especializado en la industria agroalimentaria.

El edificio se inaugura en el año 2003 con dos partes diferenciadas: la parte que albergará el museo, que se construye a imitación de una casa solariega y la parte que desempeñara otras funciones paralelas al mismo. En origen se piensa en la posibilidad de albergar un restaurante, aunque es una idea que posteriormente se desecha, para optar por la adecuación de espacios para diferentes oficinas y crear un vivero de empresas.



Fuente: Centro de Estudios del Jiloca (2018).

Figura 1. Edificio del Museo del Jamón.

No será hasta el año 2016 cuando se ponga en marcha la idea de dotar de contenido al museo, encargando al Centro de Estudios del Jiloca un proyecto para el mismo. Se realizan una serie de propuestas de panelería, que completadas con la realización de una captación de piezas permiten dotar de contenido al edificio, pudiendo realizar su apertura en agosto de 2017.

2. El espacio y la colección

Se planteó que la creación de un museo monográfico dedicado al jamón, debía ir vinculada a la cultura popular. La industria alimentaria aprende de una tradición y de una cultura muy relacionada a la conservación de los alimentos, adaptando el proceso de trabajo a una instalación industrial.

Para ello el planteamiento expositivo trasmite una visión de esa cultura popular, abordando diferentes formas de aprovechar los alimentos producidos en una economía de autosuficiencia para su conservación el mayor tiempo posible. Una cultura que se plasma en diferentes aspectos, desde la disposición de las viviendas, la estructura de las mismas, reservando espacios a la crianza de los animales que serán la base de la alimentación familiar, o el espacio para curar estos alimentos, sin olvidar el conservante principal de las carnes, la sal.

Se carecía de colección previa, por lo que se realizó una campaña selectiva de recogida de piezas que pudieran dotar al museo de esos elementos originales fundamentales en cualquier museo. A pesar de los años transcurridos desde la idea original hasta la puesta en marcha del museo, no se había conseguido hacer colección para su futuro uso.

El edificio alberga tres plantas, con una escalera central que distribuye los espacios.

En planta baja se ha dispuesto una introducción a la arquitectura y urbanismo del Jiloca, las tradiciones festivas, el papel de la mujer en la casa, las tareas agrícolas, la matanza del cerdo, la cocina comedor y la despensa.

La parte de arquitectura y urbanismo lo más factible era la disposición de fotografía actual y maquetas que acompañasen la explicación de este contenido. Las tradiciones festivas en cambio se apoyarán en fotografía antigua, mostrando romerías, fiestas de quintos, bandas municipales, grupos escolares, carreras pedestres, así como el baile de San Roque. Este baile sigue teniendo presencia en varias localidades de la zona, como son Ferrerueta, Cutanda y Calamocha. Vinculado a este baile se consiguió localizar el arca donde se guardaba tradicionalmente la Virgen de la Cama, una imagen privada de la familia Angulo que posteriormente fue donada a la parroquia. Se trata de un elemento de escaso valor artístico, pero de una gran carga simbólica para la localidad. Afortunadamente su actual propietario no tuvo problemas en depositarla en el museo.

Otro rincón importante es el que se decidió crear vinculado con los principales momentos dentro de la vida de la familia, bautismo, comunión y bodas. Se consiguieron localizar varias piezas representativas de estos momentos como son el traje de cristiano y dos trajes de boda, uno negro y otro blanco en función de la moda.

Tras esto se accede a las cuerdas, donde se concentra el espacio dedicado a la matanza. Se pueden apreciar las dos formas de limpieza del cerdo que se realizan en el Jiloca, mediante el depilado por escaldado o mediante el socarrado del pelo. Se ha conseguido mostrar una gamella y un banco de matanza, lugar donde se realizaba el sacrificio según el sistema a utilizar. También se disponen terrizos de diferentes puntos de producción así como los útiles del matarife. Una de las piezas más importantes es una capoladora con vidriado porcelánico de los años 30, una de las más antiguas localizadas.



Fuente: Centro de Estudios del Jiloca (2020).

Figura 2. Espacio cocina en la planta baja.

Otro de los espacios es la cocina comedor, donde entre diferentes útiles se encuentran una serie de calderos de cobre que se piensa han sido realizados en la zona. Todavía se conservan piezas de este tipo en uso, ahora con la función específica de la cocción de las morcillas. En la comarca se establecieron varios martinetes de cobre desde mediados del XVII que surtieron de estos objetos a toda la zona, motivo por el cual se piensa que se trata de producciones locales las conservadas.

El elemento que se ha destacado en la exposición, disponiendo las piezas en el hall es la cerámica. Dentro de las piezas que han pasado a la colección del museo destacan las procedentes de Calanda, sobre todo piezas de gran tamaño como tinajas de agua y cocios para la ropa. También hay un cocio procedente de Gea de Albaracín. La cerámica más común que se ha localizado dedicada al almacenamiento de conservas es la procedente de Segorbe, una de las más tardías en llegar, pero con una facilidad de comercio desde la construcción del ferrocarril Central de Aragón a principios del XX.

Dentro de esta colección etnográfica de la planta baja destaca el espacio dedicado a la recepción, donde se ubican varias piezas que formaron parte del rodaje de la película *Jamón, jamón* de Bigas Luna. La vinculación afectiva de este director con personas de la zona ha hecho que llegaran estas piezas hasta el museo, habiéndose dedicado la avenida de la puerta al director.



Fuente: Centro de Estudios del Jiloca (2019).

Figura 3. Espacio cocina.

La segunda planta centra el discurso en la elaboración del jamón. Se cambia el contenido expositivo centrándolo en la producción de jamón para la venta, a diferencia del curado tradicional que se centraba en una producción de autoconsumo. Para la explicación se apoya en recreaciones o en fotografía. Uno de los paneles explica el cambio producido a partir de la construcción del matadero de Calamocho a finales de los 60. Esto supuso la proliferación de industrias especializadas al sector cárnico, ya sea en la producción de jamón o bien, en la elaboración de embutidos, a lo que se sumaba otras industrias del sector que habían nacido en los años anteriores.

La parte principal de la sala se dedica a la explicación del jamón DOP Jamón de Teruel/Paleta de Teruel. Dentro de este panel se han dispuesto piezas originales como son diferentes estrellas de marcado, así como crotales y sellos para el seguimiento de la trazabilidad del producto.

En total, estamos hablando que se han conseguido más de 350 piezas, estando en constante crecimiento dicha colección, existiendo aproximadamente la mitad de las piezas como depósito cedido por diferentes particulares y la otra mitad que se han donado o pertenecen al Ayuntamiento de Calamocho.



Fuente: Centro de Estudios del Jiloca (2018).

Figura 4. Segunda planta.



Fuente: Centro de Estudios del Jiloca (2018).

Figura 5. Espacio destinado al papel de la mujer en el hogar.

Por último, se precisaba una sala de exposiciones temporales, función que desempeña la parte superior de la vivienda.

Se ha conjugado un sistema expositivo en el que se alterna el museo convencional con el centro de interpretación mediante videos didácticos, pantallas táctiles y pandería como forma de realizar un discurso atractivo a todos los públicos. La pandería y los audiovisuales permiten tener un conocimiento de las piezas y del discurso expositivo de forma autónoma.

Los espacios no permiten musealizar piezas procedentes de la industria de los últimos años, pero si se que ha podido recoger elementos tan importantes como las estrellas de marcado del jamón DOP.

3. Gestión museística

La titularidad del Museo del Jamón es del Ayuntamiento de Calamocha, habiendo realizado una contratación de servicios mediante oferta pública para la gestión del museo y atención del punto de información turística. A dicha oferta concurrió el Centro de Estudios del Jiloca, asociación cultural declarada de Utilidad Pública dedicada a la investigación y promoción cultural del valle del Jiloca y serranías adyacentes, que fue la adjudicataria de la contrata.

Se configura, pues, una gestión privada para un espacio público al igual que se hace en otros muchos museos y lugares públicos, que se opta por la vía de la gestión privada.

Esta unión entre una asociación cultural y una institución pública hace que sea beneficioso para ambas partes, de modo que, el museo puede canalizar iniciativas culturales y expositivas de ejecución habitual de la asociación dotando de dinamismo el museo. A su vez, la administración solventa la gestión de un museo modesto, que no cuenta con los recursos necesarios para realizar una dinámica comparable a un museo institucional de un Ayuntamiento de poblaciones mayores.

Las actividades de promoción de dicho museo se pueden agrupar en tres líneas principales:

3.1. Actividades culturales

La realización de eventos culturales es una de las líneas básicas para la promoción museística, en la mayoría de los casos se trata de actividades que tienen vinculación con esa cultura popular y con el contenido del museo, mientras que en otras ocasiones se trata de actividades que amparadas por el espacio cultural cuentan con su desarrollo en dicho lugar. Las principales líneas de trabajo se pueden agrupar en:

3.1.1. Realización de visitas guiadas

La oferta habitual del museo implica la realización de la visita de la mano de un guía que acompaña al público a lo largo del espacio permitiendo profundizar en los aspectos que más puedan tener interés para el visitante. Al ser un museo ubicado en una zona en la que el turismo no ha conseguido un desarrollo importante, el número de visitas (en torno a los 2000 visitantes año) permiten este tipo de atención personalizada que para museos de mayor calado serían inviábiles. Se realiza también una visita guiada para grupos, siendo la captación de este tipo de público uno de los objetivos principales en cuanto a la gestión.

Todas las visitas terminan con la degustación de jamón una vez concluida la misma. Se trata de un servicio que se ha suspendido en época de pandemia, pero que se piensa continuar una vez que la situación lo permita.



Fuente: Centro de Estudios del Jiloca (2018).

Figura 6. Degustación de Jamón de Teruel D.O.P.

3.1.2. Visitas escolares

Otro de los sectores más atractivos para un museo es el público escolar. Este tipo de público, relativamente fácil de atraer en zonas urbanas, resulta de una enorme complejidad para el atractivo desde zonas rurales. La fórmula de implantación de estas visitas en el Museo del Jamón ha sido el diseño de una serie de actividades que complementen la visita al museo y que ocupen gran parte de la jornada, de forma que tras la visita sólo quede el regreso al lugar de origen. En esta ocasión los grupos escolares cuentan con actividades adaptadas a las edades de los componentes haciendo así a visita al museo un experiencia con la que aprender.

3.1.3. Realización de exposiciones temporales

Las exposiciones temporales principalmente se centran en arte contemporáneo o temática cultural vinculada con la zona, bien sea de temas etnológicos o temas históricos. Se han realizado exposiciones de arte contemporáneo colectivas como el certamen José Lapayese o de autores actuales como Luis Pascual, José Azul... Temas etnológicos como los martinetes de cobre en la cordillera ibérica, el uso del yeso en la construcción tradicional, la sección femenina en el

valle del Jiloca, etc. También hay que destacar las exposiciones fotográficas con artistas como Uge Fuertes, Carmelo Esteban, AEFONA...



Fuente: Centro de Estudios del Jiloca (2020).

Figura 7. Taller con escolares.

3.1.4. Talleres para público infantil y juvenil

En alguna ocasión se ha podido completar las exposiciones con talleres para público juvenil, como ha sido el caso del taller de arañas bombilla, realizado por el escultor que tenía exposición en ese momento. En otras ocasiones se han realizado talleres infantiles y juveniles como la realización de microrrelatos mediante proyecciones o la realización de eventos como el teatro y taller de La ciencia en el Museo.

3.1.5. Realización de conferencias y presentaciones de libros

Se han realizado diversas presentaciones de libros, como los Cuadernos de Etnología del Baile de San Roque, la revista Xiloca, ambas del Centro de Estudios del Jiloca, así como otras publicaciones de autores vinculados con la zona, como Fermín Ezpeleta. Las instalaciones del museo cuentan con un gran salón de actos que permiten la realización de este tipo de actividades.

3.1.6. Realización de jornadas y cursos

Se trata de otra de las líneas que se trabaja de forma anual, habiendo realizado cursos de diferentes temáticas como son el yeso producido con sistema tradicional, curso de tintes

naturales, cursos para asociaciones culturales... Se trata de temáticas que de algún modo tocan aspectos contenidos en el museo, o bien que se ha considerado de interés para el trabajo en el medio rural.



Fuente: Centro de Estudios del Jiloca (2019).

Figura 8. Exposición "Enraizadas. Mujeres bajo un mismo cielo".



Fuente: Centro de Estudios del Jiloca (2019).

Figura 9. Taller sobre ciencia para niños.

3.2. Actividades de promoción alimentaria

Una de las líneas de trabajo que desde el principio se ha querido implantar es la promoción alimentaria, dando visibilidad a un sector importante de la industria local y regional. La ejecución de esta línea de actividades es la que más ha estado sujeta a fluctuaciones puesto que se trata de líneas que necesitan ser autogestionadas o financiadas por terceros.

La falta de líneas de actuación y financiación estables ha provocado que no se haya conseguido contar con una planificación anual estable de este tipo de actividades. A pesar de ello se ha conseguido realizar diversas actividades que han contado con éxito de público.

Una de las primeras actividades fue la realización de un curso de corte de jamón. El jamón es un producto que para ser degustado precisa de la realización de un corte correcto, por lo que desde el museo se impulsó un curso de corte que fue realizado por hosteleros y por personal interesado de la zona. Se trabajó con la Denominación de Origen de Teruel, la entidad referente en cuanto al jamón producido en la provincia.

Más adelante se realizaron otras actividades vinculadas con la promoción alimentaria como han sido las jornadas de cata de productos locales. Se realizó una cata de chocolates, muy vinculado históricamente a Aragón y que fue dirigido por una de las empresas referentes de la zona, Pastelerías Manuel Segura, con una trayectoria desde 1874 asentados en Daroca.

También se ha contado con empresas de nueva implantación, como fue la degustación de hidromiel a cargo de la empresa Rasmia, quienes se han dedicado a la producción de un producto histórico como es la hidromiel.



Fuente: Centro de Estudios del Jiloca (2019).

Figura 10. Cata de chocolates.

Pero quizá sea la Fiesta del Jamón, realizada en dos ediciones, la que más aceptación ha tenido. Se trata de un formato de fiesta gastronómica, en el que los asistentes, por un módico precio, pueden degustar de jamón de Denominación de Origen de Teruel, en un ambiente festivo,

acompañado de vino de Cariñena. Se aprovechó en estos eventos para realizar degustaciones de otros productos locales como queso de Calanda, trufa de Sarrión y otros productos de fuerte implantación regional.

Con un aforo mucho más limitado, pero que suscitó gran interés fue la celebración de la fiesta de la matacía. Tradicionalmente, todas las familias producían sus alimentos y el cerdo era la base fundamental de la que obtener la carne necesaria para alimentar a la familia durante todo el año. Esta costumbre ha estado presente en muchas de nuestras localidades y todavía se conserva, habiendo un sector de población que ha realizado estas labores y que está interesado en volver a aprender esos conocimientos. La actividad consistía en el despiece y procesado de una canal de cerdo, la mezcla con las especias y el embutido de la carne. La actividad fue guiada por profesionales de la industria cárnica quienes solventaron las dudas de los asistentes, ya que conocían la elaboración tradicional.

Otra de las actividades en las que los productos alimentarios de la zona han sido importantes ha sido en la realización de reuniones corporativas. Se han realizado varias reuniones aprovechando los salones del museo para este tipo de actos, siendo acompañados por una degustación de los productos más significativos de la zona, desde el embutido y el jamón a las pastas y los dulces.



Fuente: Centro de Estudios del Jiloca (2019).

Figura 11. Festival MJamón.

3.3. Actividades de promoción turística

El museo se encuentra en una zona en la que el peso del turismo es, como hemos dicho, de una incidencia mínima. Uno de los retos es conseguir gestionar y ofrecer una oferta turística que

pueda promocionar y dar a conocer a una de las zonas que menor presencia tiene en este ámbito. La comarca del Jiloca, exceptuando el castillo de Peracense, no aparece en las campañas turísticas promocionales de las instituciones ni autonómicas ni provinciales.

Una forma de revertir este panorama ha sido a través de la gestión directa de oferta de servicios de visitas guiadas, realizando promoción turística fuera del museo tanto a puntos de la localidad, como a puntos diferentes dentro de la comarca. A través de este servicio se intenta paliar una situación de carencia de servicios públicos y privados que reviertan en una mayor actividad a largo plazo tanto en el museo como en el territorio.

Estas visitas se han realizados de dos formas distintas. La promoción de las mismas para visitas de grupos y a través de la programación directa de lugares en días concretos, donde bajo inscripción se realiza una visita guiada, que por lo general es temática en cuanto a elementos o aspectos históricos.

Esto va unido a la gestión del punto de información turística de la localidad, ofreciendo un servicio constante de información y atención al visitante dando información tanto de la comarca, como de las zonas más próximas.



Fuente: Centro de Estudios del Jiloca (2019).

Figura 12. Visita guiada a Calamocho.

4. Retos futuros

Uno de nuestros mayores retos es la posibilidad de contar con un apoyo institucional para la realización de actividades de promoción alimentaria que permitan una correcta planificación anual.

Al poder ofertar una programación anual nos permite mejorar la promoción y difusión de actividades por canales más específicos, para así llegar al mayor número de personas ya que tenemos la sensación de llegar solamente al público local.



Fuente: Centro de Estudios del Jiloca (2019).

Figura 13. Recepción y punto de información turística.

5. Conclusiones

La combinación de una gestión público-privada aporta un mayor dinamismo del que se puede nutrir un museo de tamaño reducido, pero no se debe dejar de lado la programación anual que debería contar con ese mínimo apoyo que puede hacer viable la gestión de actividades que dinamizan tanto el museo como el territorio.

La ausencia de esto hace que no se pueda programar adecuadamente y por tanto la difusión de las actividades en caso de poder llevarlas a cabo es muy limitada tanto en tiempo como en forma.

ENOTURISMO NA “ALDEIA VINHATEIRA” DE FAVAIOS

Mário Pinto

Núcleo Museológico do Pão e do Vinho de Favaios, Portugal. mario.pinto@cm-alijo.pt

Abstract: The word enotourism has emerged recently in the vast sector of tourism. This word is a symbol of an activity that can be considered a symbiosis between culture, traditions, and the preservation of the environment. This paper aims to study the evolution of the enotourism in the Aldeia Vinhateira of Favaios, in three different spaces, from 2012 to 2019, and its contribution to creating jobs and wellness in this Douro village.

Keywords: enotourism, Moscatel wine, bread, cultural heritage.

Resumen: O termo enoturismo apareceu há relativamente pouco tempo no panorama mais alargado do setor turístico. Este termo simboliza uma atividade que procura conjugar a cultura e tradições de uma região vitivinícola, com a preservação do meio ambiente. O trabalho procura estudar a evolução do enoturismo na Aldeia Vinhateira de Favaios, em três espaços distintos, de 2012 a 2019 e o seu contributo para a criação de emprego e riqueza nesta vila duriense.

Palabras clave: enoturismo, vinho moscatel, pão, património cultura.

Citar como: Pinto, M. (2021). Enoturismo na “Aldeia Vinhateira” de Favaios. En *Actas del II Congreso Internacional sobre Patrimonio Alimentario y Museos*. 11-12 noviembre, 2020, Valencia, España. pp. 53-67.

1. Enoturismo na “Aldeia Vinhateira” de Favaio

O setor do turismo tem vindo a afirmar-se como alavanca económica contribuindo, em 2019, com 8,7% para o PIB nacional português (Turismo de Portugal, 2020). Os destinos turísticos tradicionais de sol e praia continuam a ter a preferência de quem faz férias e turismo em Portugal. Contudo temos vindo a assistir a um aumento na procura de outros destinos, nomeadamente em zonas do interior do país e em territórios com uma densidade populacional muito baixa em relação ao litoral. Este turismo, capaz de “promover a sustentabilidade e simultaneamente serem expressão de notoriedade e criadores de imagem, assumem-se como estimuladores de novas procuras” (Santos, 2017).

Nas últimas décadas temos assistido ao crescimento do fenómeno turístico chamado de “enoturismo”. Quem estuda este fenómeno associa o enoturismo a um possível motor de desenvolvimento económico destas regiões mais deprimidas. Mas, antes de mais, temos de compreender o que é o Enoturismo. Podemos atrever-nos a definir Enoturismo como sendo um tipo de turismo desenvolvido em espaço rural, que está ligado ao sector da produção vitivinícola e que permite ao visitante o contacto, acompanhamento e participação desde o cultivo da vinha até à prova do produto final, o vinho.

Sendo desenvolvido em espaço rural, o Enoturismo tem também um papel fundamental no desenvolvimento sustentável do território de baixa densidade populacional, ajudando na fixação de população e no combate ao abandono da paisagem humana tradicional (Codesso, 2011). O Enoturismo permite ainda “o crescimento e alargamento do campo patrimonial, a maior relevância das dimensões imateriais e dos ambientes rurais e vernaculares, a valorização do contexto paisagístico” (Carvalho e Fernandes, 2012), num esforço entre habitantes/visitantes, viticultores, poder local e promotores turísticos.

É de realçar também a sustentabilidade do património rural e vinhateiro dos espaços Enoturísticos. Tratando-se de um turismo em espaço rural, os locais devem preservar e, se possível, recuperar o seu património material, paisagístico, cultural, histórico e arquitetónico (Codesso, 2011), de modo a atrair um visitante que se interesse por todos estes fatores e seja motivado a permanecer mais tempo no território, em contraste com os excursionistas que visitam estes locais, regra geral, num único dia. Como afirma Borges (2017), o Enoturismo é um turismo de nicho, alternativo e muito orientado para públicos segmentados, o que implica um elevado nível de personalização, mas também de preservação regional.

O Enoturismo trata sobretudo de um turismo ligado ao vinho e à vinha, a paisagens vinhateiras e a sensações. Mas estes produtos não podem ser dissociados da gastronomia tradicional de uma região, como forma a valorizar os produtos locais, tradicionais e culturais da mesma.

Para Maria do Rosário Serafim, a “riqueza, diversidade e qualidade da gastronomia portuguesa tem uma forte relação com as identidades territoriais do nosso país, o que a torna num verdadeiro património cultural e social” (Serafim, 2005).

Portugal, país situado no extremo sudoeste do continente europeu, conta ainda com dois arquipélagos, Açores e Madeira. O território português tem 88,889 km², distribuídos por 218 km de largura, 561 km de comprimento, 832 km de Costa e 1215 km de fronteira terrestre com Espanha, <https://www.visitportugal.com/pt>. Uma das perguntas que fica no ar é como um país relativamente pequeno tem uma diversidade tão grande de regiões vinícolas, gastronomia e tradições?

A resposta está no relevo, no clima, na história e na vontade e resiliência dos portugueses em vencer adversidades e em se adaptarem às circunstâncias com que se depararam ao longo de muitos séculos de história.

Também o reconhecimento nacional e internacional por quem nos visita e "os inúmeros prémios internacionais e, acima de tudo, a opinião manifestada pelos turistas em sucessivos inquéritos de satisfação, confirmam a gastronomia e vinhos como um dos fatores mais fortes de valorização do destino Portugal", <http://www.turismodeportugal.pt/>, 2020. Podemos concordar que a gastronomia e vinhos, não serão o motivo primário que leva alguém a visitar um país ou uma região, mas temos verificado que cada vez mais se estão a tornar um complemento de relevo na escolha e "têm demonstrado uma enorme capacidade de agradar e surpreender quem nos visita." (Santos, 2017).

Sendo então o turismo gastronómico e vinícola essencialmente uma experiência sensorial e uma descoberta cultural, este torna-se muito importante para territórios mais desprotegidos, onde o visitante pode descobrir ou reencontrar sensações, aromas e odores desconhecidos ou esquecidos, mas sobretudo, contribuir para o desenvolvimento territorial e bem-estar social de regiões mais deprimidas. Tudo isto tornase "motivador da viagem, devido às características de singularidade, de autenticidade, de identidade, mesmo de notoriedade e, reconhecidamente, hoje, de sustentabilidade, que oferece ao lugar e ao produto. Estas qualificações quando aplicadas ao turismo remetem para o destino turístico e para o produto ou atração turística, tornando, quer como motivação primária, quer como motivação secundária, as manifestações associadas aos alimentos locais, a forma de os confeccionar, as harmonizações, os restaurantes, as adegas, a paisagem que tudo integra, os festivais de vinhos e gastronomia, as oficinas gastronómicas, em elementos incontornáveis da oferta turística. É com base nestas motivações que o Turismo Gastronómico e Vínicolo ganha relevo e se assume como um elemento central da experiência de viagem e do carácter hedónico que lhe está associado." (Santos, 2017).

Isto leva-nos a pensar numa estratégia local de divulgação de um produto que seja único ou distintivo desse território, ou seja, aquilo a que a Comissão Europeia chama de "especialização inteligente enquanto referencial para o desenvolvimento de estratégias regionais baseadas nos recursos ativos específicos e na competitividade relativa de cada região" (CCDR-N, 2014). Devemos, assim, desenvolver uma estratégia e um exercício individualizado para cada região, mediante a oferta que pode apresentar aos visitantes.

Devemos também de ter em atenção os recentes fenómenos turísticos. Alguns estudiosos, tal como Fayos-Solá (2001), têm identificado aquilo que apelidam de "Nova Era do Turismo" e que segundo os mesmos, é caracterizada por uma excessiva segmentação da procura, por uma flexibilidade da oferta e da distribuição e por uma proliferação de empresas com oferta de serviços especializados. Neste campo a internet tem-se tornado uma ferramenta poderosa por parte do consumidor/turista, ajudando-o na escolha do destino, na promoção da região e dos seus produtos endógenos e na divulgação cultural da região. Obviamente que os produtos enogastronómicos têm um papel cada vez mais crescente nos fatores de escolha.

Todos estes fatores deram origem a segmentos turísticos alternativos em comparação com o tradicional destino de sol e mar, com uma oferta de serviços mais diferenciados aos visitantes. Como defende Zamorano (2008), trata-se de um turismo que oferece animação, ecoturismo, aventura, cultura, entre muitos outros, no qual o enoturismo não pode ser esquecido. Estes serviços diferenciados são atrativos adicionais a que se podem acrescentar ofertas já existentes e que podem influenciar na decisão do turista na escolha do destino para as suas férias ou tempo de lazer.

Estes procedimentos devem ter em vista o desenvolvimento de um território e das suas populações, nomeadamente no que respeita à requalificação territorial, à melhoria das condições e qualidade de vida das populações, o reencontro com memórias, a busca de entidades e lugares, e mais recentemente, a mediação educativa patrimonial (Carvalho 2011). É neste sentido que o turismo ecológico ou turismo “verde” tem vindo a crescer. Este tipo de turismo é geralmente praticado por um turista culto, interessado em adquirir mais conhecimento sobre uma determinada cultura e, regra geral, com rendimentos médio/altos e o enoturismo, normalmente, possuiu estes critérios para oferecer aos visitantes. “Este turista tem normalmente maior sensibilidade para as questões ambientais e para as culturas locais e tem consciência das questões de justiça social” (CCDR-N 2014). Numa visita a estes territórios, o visitante procura autenticidade e é motivado para a aprendizagem e por uma busca de auto-realização.

2. A Aldeia Vinhateira de Favaio

Portugal, no que ao vinho diz respeito, conta com 31 DOP, divididas em 14 IGP, <https://www.ivv.gov.pt>. DOP é uma Denominação de Origem Protegida, ou seja, é o “nome de uma região, de um local determinado ou de um país que serve para designar um produto agrícola ou um género alimentício e indica que o produto é originário dessa região, desse local ou desse país. Certifica também que a qualidade ou características se devem essencial ou exclusivamente ao meio geográfico (origem) e fatores naturais e humanos e, finalmente, comprovam que a produção, transformação e elaboração ocorrem na área geográfica de origem.”, <http://portal.drapnorte.gov.pt/>, 2020.

IGP é uma Indicação Geográfica Protegida, ou seja, é uma informação que “identifica um produto agrícola ou um género alimentício com a designação do nome de uma região, de um local determinado ou, em casos excepcionais, de um país. Os produtos agrícolas ou géneros alimentícios são originários dessa região, desse local determinado ou desse país, e possuem determinada qualidade, reputação ou outras características que podem ser atribuídas a essa origem geográfica, e cuja produção e/ou transformação e/ou elaboração ocorrem na área geográfica delimitada; ou seja, quando as características diferenciadoras dos produtos são diretamente atribuíveis ao contexto geográfico da região de origem. São igualmente consideradas denominações de origem ou indicações geográficas as denominações tradicionais, geográficas ou não, que designem um produto agrícola ou género alimentício e que satisfaçam as condições mencionadas.”, <http://guiaexploracoes.dgadr.gov.pt/>, 2020.

No caso em estudo vamos abordar uma parcela de território daquela que é, talvez, a IGP portuguesa mais reconhecida em todo o mundo. Trata-se da IGP do Douro e que está dividida em DOP Douro e DOP Porto. A ligação à produção vinícola nesta região é antiga e já na ocupação romana se fazia vinho nos vales do Douro. Recentes descobertas arqueológicas apontam nesse sentido, como a noticiada pelo Diário de Notícias, em 26/08/2015, em que arqueólogos afirmam terem descoberto lagares e uma adega do século I DC, em Vale de Mir, Alijó (dn.pt, 2015).

Muito luta, esforço e trabalho foram exercidos nas encostas durienses desde essa época até à classificação de Património Mundial pela UNESCO, em 2001, de uma “paisagem cultural, evolutiva e viva”. Como se pode ler no sítio web daquela instituição “wine has been produced by traditional landholders in the Alto Douro Region for 2,000 years. Since the 18th century, its main product, Port Wine, has been world famous for its quality. This Long tradition of viticulture has produced a cultural landscape of outstanding beauty that reflects its technological, social and economic evolution.”, <https://whc.unesco.org>, 2020.

Favaios também está associada a esta história. Esta Aldeia Vinhateira encontra-se situada no território duriense, mais concretamente no Concelho de Alijó e está ligada desde cedo ao vinho, tendo conhecido um apogeu no século XVIII, aquando da demarcação pombalina. Vamos então conhecer o contributo do Núcleo Museológico de Favaios – Pão e Vinho para o Enoturismo desta Aldeia Vinhateira e tentar perceber se estas apostas estão a promover o desenvolvimento do território e se têm sido assertivas e conducentes a um desenvolvimento sustentável da população, na procura da manutenção da sua cultura patrimonial, o saber fazer ancestral e na preservação do seu património natural e paisagístico.

Favaios é uma freguesia com uma área de 20,57 km² e é composta pelas povoações de Favaios, Mondego e Soutelinho. Situada no sopé da Serra do Vilarelho estende-se num vasto planalto até à sede de concelho, Alijó, que dista cerca de três km. Foi vila e sede de concelho desde 1211, com foral dado por D. Afonso II. Este documento foi sucessivamente confirmado por D. Afonso III (1270), e D. Dinis (1284), sendo reformulado por D. Manuel, em 1514. Foram senhores de Favaios, até 1759, os Marqueses de Távora. Em 1853, com a reforma liberal, é anexada a Alijó, perdendo autonomia enquanto concelho (Fauvrelle e Faria, 2012).

A importância da vila de Favaios (Figura 1) foi crescendo ao longo dos séculos por ação de famílias ilustres, da igreja e de vitivinicultores que se foram afirmando na sociedade civil. A prová-lo está o património edificado nesta freguesia, bem como no património imaterial, cultural, gastronómico.

Inserida na Região Demarcada do Douro, esta vila duriense tem beneficiado deste fator, nomeadamente dos turistas que chegam ao Pinhão, vila situada no coração da Região Demarcada do Douro e também pertencente ao concelho de Alijó.



Fuente: elaboración propia.

Figura 1. Vista parcial da Aldeia Vinhateira de Favaios.

Este espaço territorial tem assistido, no período em estudo, 2012-2019, a um número de visitantes que cresceu anualmente, sobretudo pela procura de turistas estrangeiros que chegavam a esta Aldeia pela sua cultura, tradições, paisagens e pelos seus *ex-libris*, o vinho Moscatel da região do Douro e o trigo de “quatro cantos” de Favaios. Podemos então afirmar que o turismo nesta vila duriense se deve, sobretudo, ao Enoturismo. Mas, até que ponto, o Enoturismo tem contribuído para o reconhecimento da região como um atrativo turístico e para o desenvolvimento económico e social da população local?

Favaios e Moscatel são hoje indissociáveis. Este Vinho licoroso da região do Douro, conhecido pela sua cor, sabor e aromas, tem ajudado a desenvolver este planalto, principalmente desde o século XVIII. Sendo praticamente certo que a vinha detinha uma grande importância desde a época romana, foi a partir deste século, e com a demarcação pombalina (com a colocação de três marcos em Soutelinho), que Favaios cresceu em termos vinhateiros.

O vinho licoroso conhecido como Moscatel do Douro é feito a partir de uma só casta, o Moscatel Galego. Trata-se de uma uva branca, com um cacho pequeno a médio. A vindima realiza-se, regra geral, entre a segunda quinzena de agosto e a primeira quinzena de setembro.

Em Favaios, a grande maioria das uvas desta casta são levadas para a Adega Cooperativa local, que as recebe e começa de imediato o processo de vinificação. Depois de espremidas, o mosto é colocado em cubas com controlo de temperatura para iniciar o processo de fermentação onde os açúcares são transformados em álcool, e numa panóplia de compostos secundários, maioritariamente aromáticos e sápidos, característicos das sensações aromáticas e gustativas que o vinho produz quando da sua prova. No processo de vinificação do vinho Moscatel, tal como no do Vinho do Porto, faz-se a paragem da fermentação com a adição de aguardente de origem vitícola, com cerca de 77°.

Esta “beneficiação ou aguardentação” vai permitir que os vinhos possam ser guardados durante longos períodos e mantenham um sabor doce acentuado, proveniente da alta concentração de açúcares não fermentados. Em regra, o vinho Moscatel do Douro não deverá ser colocado no mercado sem um estágio de dois anos em Madeira de Carvalho Francês.

Porém, uma das principais consequências do crescimento do cultivo da vinha foi o abandono de outras culturas, nomeadamente o cultivo de cereais. Mas isto não impediu que outro *ex-libris* desta vila não continuasse a ser produzido e, ainda hoje, reconhecido como um dos melhores da região. Falamos do pão de trigo de Favaios, ou como na região é conhecido, trigo de “quatro cantos”.

As padarias de Favaios mantêm o modo de fabrico artesanal do pão, mantendo o uso das matérias primas e, sobretudo, os processos de fabrico e manuseamento da massa, como as típicas voltas que lhe dão o formato característico (Fauvrelle e Faria, 2012). Quase sempre de herança familiar, o trabalho na padaria passa de geração em geração com um saber fazer muito próprio das padeiras desta vila.

As padarias que persistem em Favaios recebem, na sua maioria, os visitantes de portas abertas e revelam os segredos do trigo de quatro cantos. Escolhendo uma farinha de trigo extra-fina, as padeiras iniciam o processo de amassar, juntando-lhe água morna, sal, e fermento. Quando este processo termina, deixa-se repousar a massa na masseira de modo a que possa levedar. Segue-se o momento de tender a massa, processo que mais não é do que a dividir em pequenas bolas que darão origem a um pão cada. Seguese o momento muito importante de lhes dar a forma tão característica do trigo de Favaios, os “quatro cantos” (Figura 2).

Muitos dos fornos existentes em Favaios ainda são aquecidos com lenha, o que dá ao pão características especiais e únicas. Em regra, o visitante não sai de uma padaria sem provar o tão afamado pão, seja com manteiga ou mergulhado em azeite, ou simplesmente, sem nenhum acompanhamento, provocando sensações de sabores e aromas que não se esquecem facilmente.

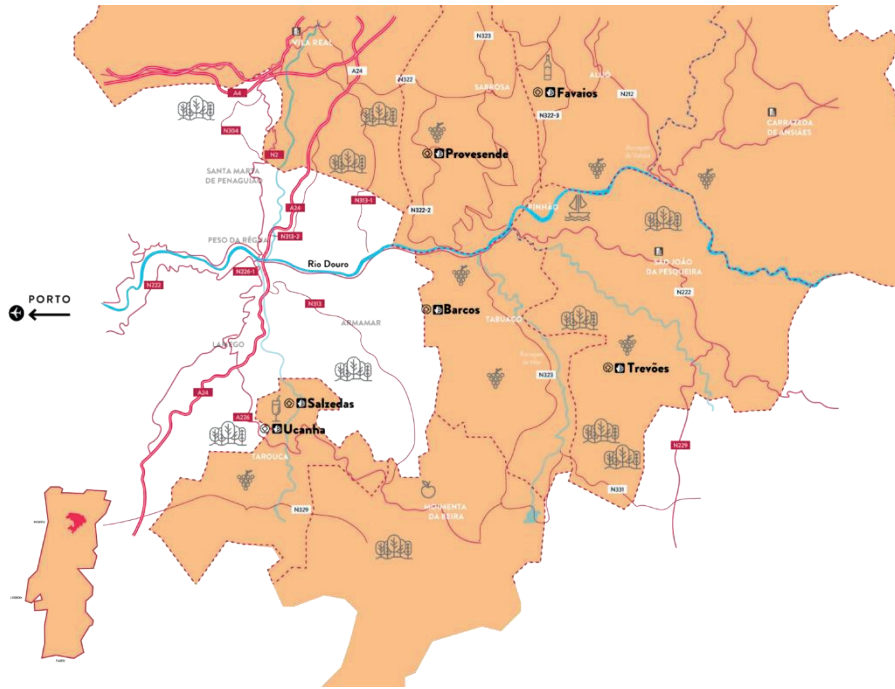


Fuente: elaboración propia.

Figura 2. Trigo de "Quatro Cantos" de Favaios.

Agora que já descrevemos sumariamente os dois principais produtos que atraem milhares de visitantes à vila de Favaios, vamos tentar perceber como os turistas chegam a este planalto. A freguesia de Favaios sempre esteve ligada à vinha e ao vinho e, desde os anos oitenta e noventa que recebe muitos visitantes, especialmente excursionistas, que aqui se dirigem para conhecer a vila, a Adega Cooperativa e para adquirirem o tão afamado Moscatel. Contudo, o grande boom turístico ocorreu depois de Favaios ter sido inserida no projeto das Aldeias Vinhateiras do Douro (Figura 3). Estas Aldeias eram espaços marcadamente rurais, estreitamente ligados à história da vinha e do vinho, tendencialmente fragilizados, em processo de decréscimo populacional, em que o setor primário continuava a assumir um papel importante, predominando as atividades vitivinícolas. No sentido de dinamizar algumas destas aldeias foi lançado um projeto de requalificação urbana abrangendo localidades de diferentes concelhos durienses, ao qual se seguiu um outro de dinamização socioeconómica e, finalmente, um plano de animação turística, que culminou no Festival das Aldeias Vinhateiras, realizado no Outono de 2007 (Cristóvão et al., 2010).

Este programa envolveu a Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Norte (CCDRN), cinco municípios, Alijó (Favaios), Sabrosa (Provesende), S. João da Pesqueira (Trevões), Tabuaço (Barcos) e Tarouca (Salzedas e Ucanha), a Associação para o Desenvolvimento do Turismo da Região Norte (ADETURN) e o Instituto Português do Património Arquitectónico (IPPAR), sendo os municípios as entidades promotoras.



Fuente: <https://douroworldheritage.com>

Figura 3. Rota das Aldeias vinhateiras do Douro.

A carta de compromisso que assinalou o início da requalificação das aldeias foi assinada a 23 de Fevereiro de 2001 e o programa visava, na sua essência, “a criação de uma dinâmica de regeneração e valorização das aldeias do Douro Vinhateiro, através da revitalização socioeconómica, da fixação da população e do reforço da promoção turística do Douro”, www.aldeiasvinhateiras.pt, citado por Cristóvão et al. (2010). Deste modo, foram investidos em regeneração urbana e valorização do território cerca de onze milhões de euros. A revitalização económica contou com um financiamento de cerca de 300 mil euros, nomeadamente num projeto de “Empregabilidade”, designado por “Aldeias Vivas”, realizado entre fevereiro de 2006 e maio de 2007 e que visou promover a iniciativa local, desenvolver novas competências profissionais e sociais e incentivar articulações interinstitucionais.

No que respeita à Aldeia Vinhateira de Favaios, além do investimento já referido anteriormente, um dos principais projetos implementados e referidos como uma mais-valia na atratividade deste território é o Núcleo Museológico de Favaios, espaço dedicado ao pão de Favaios e ao Moscatel do Douro, do qual falaremos mais à frente.

Temos também de referir o Festival do Moscatel do Douro, iniciativa que contou com edições ininterruptas de 2015 a 2019. É uma atividade organizada em parceria entre o Município de Alijó, a Freguesia de Favaios e a Adega Cooperativa de Favaios.

O Festival do Moscatel Douro pretende fazer a apologia da marca e do produto Moscatel da Região do Douro, <https://www.facebook.com/festivalmoscateldouro>. Regra geral, o festival conta com três dias de atividades e visa a valorização da cultura e tradições do Concelho de Alijó

e da vila de Favaios, mas também pretende ser um momento de reflexão, nomeadamente com a realização de colóquios sobre diversos assuntos ligados aos interesses dos habitantes e das suas atividades profissionais. Com um cartaz recheado de diversos momentos culturais e populares, um dos momentos mais aguardados é o brinde ao Moscatel, juntando todos os presentes num processo de união e reconhecimento ao vinho que tem contribuído para a melhoria de vida dos habitantes do planalto de Favaios.

3. O Núcleo Museológico de Favaios - Pão e Vinho

Uma Aldeia Vinhateira necessita de espaços de atração onde o visitante encontre cultura e tradições locais. O "Núcleo Museológico de Favaios - Pão e Vinho" (Figura 4) é um desses espaços. Aberto desde 2012, é dinamizado pelo Município de Alijó e conta com o apoio técnico do Museu do Douro. Trata-se de um espaço que interpreta a história do Vinho Moscatel e do Pão de Favaios, procurando valorizar os recursos locais e dar a conhecer tradições e processos associados a estes produtos, <http://www.cmalijs.pt/pagina/224>. Ao mesmo tempo pretende realçar quotidianos, formas de vida, práticas e processos de trabalho ligados a estas culturas tão exigentes.



Fuente: elaboración propia.

Figura 4. Fachada do Núcleo Museológico de Favaios – Pão e Vinho.

Este espaço conta com a participação dos Favaienses na divulgação das suas tradições e memórias, bem como potencia e valoriza o património histórico, procurando desenvolver e afirmar uma identidade cultural singular desta localidade.

O Núcleo Museológico de Favaios está instalado num edifício cuja construção se iniciou no século XVIII, e conta com uma fachada tipicamente barroca. O espaço está dividido em dois andares. No rés-dochão está instalada a exposição permanente do museu. Conta com um hall de entrada e quatro salas de exposições. A primeira sala (Figura 5) está ligada à história e evolução do Vinho Moscatel no planalto de Favaios. Possui alguns rótulos de garrafas que testemunham essa evolução, nomeadamente através da nomenclatura utilizada para descrever o Vinho Moscatel ao longo de décadas.



Fuente: elaboración propia.

Figura 5. Sala dos Rótulos.

Segue-se a sala do Moscatel (Figura 6). Aqui o visitante encontrará informação sobre este vinho, desde a casta utilizada, os seus aromas característicos a Mel, Tangerina, Laranja, Pêssego, Tília, Frutos Secos, Resina e Uva Passa e a evolução de cores do mesmo ao longo dos anos, desde o alourado até ao castanho mais profundo dos vinhos mais oxidados e envelhecidos em casco de madeira. Também nesta fala-se da importância do *“terroir”* para o vinho moscatel do Douro, conceito que remete ao espaço no qual está inserida a vitivinicultura do Moscatel, um coletivo das interações entre o ambiente físico e biológico e às práticas enológicas aplicadas, proporcionando características distintas ao vinho final.



Fuente: elaboración propia.

Figura 6. Sala do Moscatel.

Seguidamente, percorre-se um pequeno corredor para se chegar à sala dedicada ao pão de Favaios (Figura 7). Aqui trata-se do “trigo de quatro cantos”, com informação desde a ceifa até ao transporte e venda do pão, passando por todas as “voltas” que este produto sofre até chegar à mesa dos consumidores de toda a região.



Fuente: elaboración propia.

Figura 7. Sala do Pão de Favaios.

A última sala desde andar é dedicada ao território e às gentes que o povoam desde a pré-história (Figura 8). Aqui falamos da ocupação humana desde a idade do ferro, da romanização, da importância deste planalto desde a idade média para a monarquia, até à perda da sua independência governamental, em 1853, com a reorganização administrativa que anexou o extinto concelho de Favaios ao atual concelho de Alijó.



Fuente: elaboración propia.

Figura 8. Sala do Território.

Subindo ao primeiro andar encontramos duas salas. A primeira é uma sala polivalente, para exposições temporárias, sala de reuniões de trabalho e sala de apoio ao projeto educativo do Museu. A segunda é a sala de provas (Figura 9), onde o visitante pode disfrutar de uma prova do Moscatel do Douro. Para finalizar a visita, existe uma varanda com uma vista sobre o planalto de Favaios e os vinhedos do Moscatel Galego branco.



Fuente: elaboración propia.

Figura 9. Sala de Provas e Varanda.

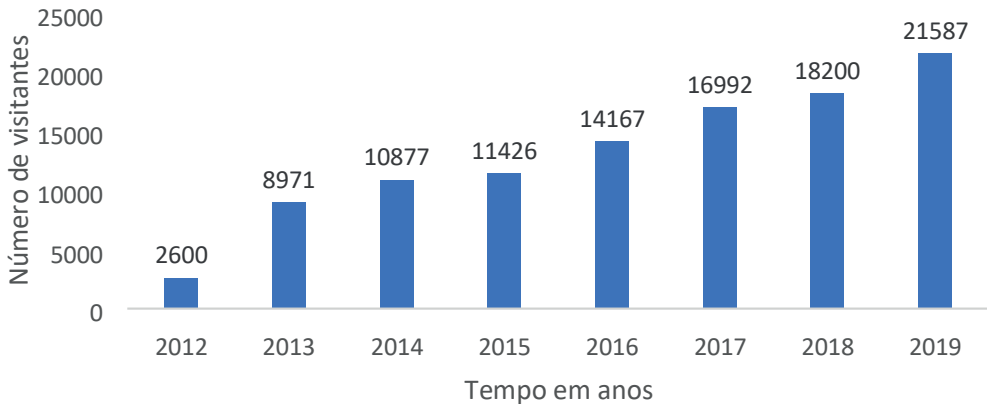
O Núcleo Museológico de Favaios desenvolve ainda um projeto educativo com todos os níveis de ensino e escolas, não só da área do Município, mas também de diversas ofertas educativas e escolas internacionais. Com este projeto, os alunos/formandos podem visitar a Adega Cooperativa ou uma padaria local (Figura 10), "colocar" as mãos na massa e conhecer todos os processos e momentos da elaboração do afamado "trigo de quatro cantos" de Favaios.



Fuente: elaboración propia.

Figura 10. Projeto educativo "Coloca as mãos na massa".

Este espaço tem recebido um número sempre crescente de visitas, tendo culminado em 2019 com cerca de 21500 visitantes (Figura 11). Atualmente, o Núcleo proporciona emprego a dois técnicos superiores, um assistente técnico e dois assistentes operacionais, responsáveis pelas visitas, projetos educativos e manutenção do espaço e da coleção.



Fuente: elaboración propia.

Figura 11. Números indicadores do fluxo de visitantes entre os anos 2012 a 2019 no Núcleo Museológico de Favaios – Pão e Vinho.

4. Conclusões

Em Conclusão, Favaios encerra em si todo um universo que vai desde o património paisagístico, ao cultural e ao humano, o que motiva a exploração do enoturismo, visando a manutenção destas atratividades, bem como a atração de mais visitantes, melhorando os níveis sociais e económicos dos seus habitantes.

Existe também uma constante preocupação nos agentes económicos e turísticos de Favaios, e de toda a região, em manter vivas as tradições, usos e costumes mas, ao mesmo tempo, em inovar em novas tecnologias, tanto para melhorarem os seus produtos, nomeadamente no setor vinícola, mas também em tecnologias de informação que ajudem na divulgação dos seus produtos.

Bibliografia

- Borges, I. (2017). *O Contributo do Enoturismo para o desenvolvimento territorial em destinos Património Mundial: O caso da R.D.D.* Faculdade de Letras da Universidade do Porto.
- Carvalho, P. (2011). Património e Desenvolvimento em ambiente rural: Lugares, rotas e redes. *Cadernos de Geografia*, n.ºs 30/31 – 2011/2012. Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.
- Carvalho, P., Fernandes, J. (2012). *Património Cultural e Paisagístico – Políticas, Intervenções e Representações*. Imprensa da Universidade de Coimbra. <https://doi.org/10.14195/978-989-26-0585-2>

- CCDR-N (ed.) (2004). *Plano de desenvolvimento turístico do Vale do Douro – Proposta técnica*. Porto: CCDR-N.
- CCDR-N (2014). *Norte 2020: Estratégia Regional de Especialização Inteligente*. Porto: Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Norte.
- Codesso, F. (2011). Desenvolvimento Rural, Património e Turismo. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 8(66): 195-220.
- Cristóvão, A., Medeiro, V., Melides, R. (2010). Aldeias Vinhateiras: Requalificação urbana, turismo e desenvolvimento local no Douro. Passos, *Revista de Turismo e Património Cultural*, 8(4), 519-528. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2010.08.045>
- Fauvreille, N., Faria, S. (2012). *Favaios, Pão e Vinho – Núcleo Museológico de Favaios*. Município de Alijó.
- Fayos-Solà, E., Bueno, A. (2001). Globalization, national tourism policy and international organizations. In S. Wahab & C. Cooper (eds.), *Tourism in the Age of Globalization: Vol. 10* (pp. 45-65). Londres: Routledge.
- Serafim, Maria do Rosário (2005). Territórios, gastronomia e diversidade cultural. *Pessoas e Lugares*, 26, II série: 3.
- Turismo 2020 (sd). *Cinco princípios para uma ambição. Tornar Portugal o destino turístico mais ágil e dinâmico da Europa* (Documento para Consulta Pública). Turismo de Portugal, Lisboa. Ministério da Economia.
- Trillas, 2007 (reimpressão 2008). <https://www.dn.pt/ciencia/arqueologos-descobriram-lagar-de-vinho-romano-em-alijo-4746887.html> acedido em 01/09/2020.
- Zamorano Casal, F.M. (2008). *Turismo alternativo serviços turísticos diferenciados, animación, turismo de aventura, turismo cultural, ecoturismo, turismo recreativo - 2a ed -- México*.
<https://douroworldheritage.com/rota-das-aldeias-vinhateiras/>, acedido em 17/09/2020
<http://guiaexploracoes.dgadr.gov.pt/certificacao-da-qualidade/denominacao-de-origem-protegida-dopidentificacao-geografica-portuguesa-igp-e-especialidade-tradicional-garantida-etg>, acedido em 12/09/2020.
<http://portal.drapnorte.gov.pt/servico/desenvolvimento-rural/produtos-dop-igp-etg/item/75-dopdenominacao-de-origem-protegida>, acedido em 12/09/2020.
- <https://www.facebook.com/festivalmoscateldouro>, acedido em 17/08/2020. <https://www.facebook.com/museudefavaios>, acedido em 17/08/2820. <https://www.ivv.gov.pt/np4/regioes/>, acedido em 14/09/2020.
- http://www.turismodeportugal.pt/pt/Turismo_Portugal/visao_geral/Paginas/default.aspx, acedido em 10/08/2020.
- <https://www.visitportugal.com/pt-pt/sobre-portugal/bipotugal>, acedido em 14/10/2020.
- <https://whc.unesco.org/en/list/1046/>, acedido em 14/09/2020.

EL MUSEO ANFACO: EL MUNDO DE LAS CONSERVAS DE PESCADO Y MARISCO

Mariña López

Museo ANFACO, Vigo. marina@anfaco.es

Abstract: The ANFACO Museum of the Canning Industry is the result of one of the projects with which ANFACO (National Association of Manufacturers of Canned Fish and Seafood) commemorated in 2004 the centenary of its foundation. The museum project allows a journey through the history of the transformation of seafood since the century in an itinerary that emphasizes the technical, scientific, historical, advertising and human resources present in the development of this sector from its beginnings to the present. It is a museum of a historical and educational nature, being the dissemination, the promotion of research and the conservation of the tangible and intangible culture of the canning industry its strategic objectives. Divided into two sections, on the one hand, the visitable collection, in which through a set of panels and historical pieces of great interest a journey through the history of both the sector of the Association itself and the historical archive is made, which tells with two documentary collections, the associative one and that of the canning company Bernardo Alfageme, S.A.

Keywords: industrial heritage, work memory, business archives, factories, canned fish and seafood, gastronomy.

Resumen: El Museo ANFACO de la Industria Conservera es el resultado de uno de los proyectos con los que ANFACO (Asociación Nacional de Fabricantes de Conservas de Pescado y Marisco) conmemoró en el año 2004 el centenario de su fundación. El proyecto museográfico permite un recorrido por la historia de la transformación de los productos del mar en un itinerario que hace hincapié en los recursos técnicos, científicos, históricos, publicitarios y humanos presentes en el desarrollo de este sector desde sus inicios hasta la actualidad. Es un museo de naturaleza histórica y didáctica, siendo la divulgación, el fomento de la investigación y la conservación de la cultura material e inmaterial de la industria conservera, sus objetivos estratégicos. Dividido en dos apartados, por una parte, la colección visitable, en la que a través de un conjunto de paneles y piezas históricas de gran interés se realiza un recorrido por la historia tanto del sector de la propia Asociación y el archivo histórico, que cuenta con dos fondos documentales, el asociativo y el de la empresa de conservas Bernardo Alfageme, S.A.

Palabras clave: patrimonio industrial, memoria del trabajo, archivos empresariales, fábricas, conservas de pescado y marisco, gastronomía.

Citar como: López, M. (2021). El Museo ANFACO: el mundo de las conservas de pescado y marisco. En *Actas del II Congreso Internacional sobre Patrimonio Alimentario y Museos*. 11-12 noviembre, 2020, Valencia, España. pp. 69-86.

1. Introducción

La creciente sensibilización por cuestiones ligadas al patrimonio industrial y el cambio de percepción como bien de interés cultural a proteger y valorizar comienza con la entrada al nuevo siglo. El museo ANFACO es producto de esa incipiente inquietud en nuestro territorio, con la particularidad que fueron los propios industriales los que tuvieron la iniciativa.

El origen se remonta a la celebración del centenario de la Unión de Fabricantes de Conservas que dio lugar a la publicación de una historia de la asociación¹ y a la producción de una importante exposición retrospectiva en el Museo del Mar de Galicia bajo el título de *100 años de Unión Conservera, 1904-2004*. Aquellos eventos reunieron a muchos antiguos fabricantes al lado de los actuales que constataron que una trayectoria tan larga era una demostración del éxito del sector por encima de la suerte individual de muchas de sus empresas, puesto que las industrias europeas que históricamente habían sido competidoras de la conserva (Portugal, Francia,) habían quedado muy por detrás de la conserva española con cualquier criterio que utilizásemos. España era a la altura de aquel año una de las tres principales productoras de conservas de pescado del mundo, y la inmensa mayor parte de la conserva española era conserva producida por empresas o fábricas gallegas².

El proyecto expositivo surge, por tanto, para dotar de continuidad a la exposición conmemorativa. El esfuerzo que supuso, evidenció la importancia de divulgar un legado que precisaba de un lugar permanente, y a la vez, que dotara de continuidad la difusión de la historia de las conservas de pescado y marisco.

En 2007 las inquietudes por la valorización del legado conservero y de la propia asociación, encuentran el amparo legal necesario y se constituye FUNPROMAR (Fundación Clúster de Conservación de Productos del Mar) que recoge entre sus fines estatutarios “*promover, estimular y apoyar la conservación del Patrimonio industrial, cultural, artístico y bibliográfico de la industria conservera de pescados y mariscos española y la difusión de su historia entre todos los ciudadanos*”. Se sentaban las bases para la consolidación tanto del Museo ANFACO como del archivo histórico a él asociado. Esta iniciativa fue reconocida por la Xunta de Galicia, el 29 de enero de 2008, que cualificó el Museo ANFACO como colección visitable de contenido científico-técnico. A partir del año 2009 se pone en marcha una serie de actividades de dinamización del museo con el propósito de convertirlo en centro de referencia, asesoramiento y consulta en la investigación sobre este sector, y de divulgación de su historia a través de la colección y del archivo que atesora en más de 110 años de recorrido.

Este importante patrimonio documental supone un medio de información fundamental para el estudio de la historia industrial y socioeconómica desde principios de siglo XX hasta la actualidad. Por ello, sumado al proyecto museográfico, el archivo supone un laboratorio de historia social y económica, para las zonas productoras tradicionalmente de conservas de productos del mar como Galicia principalmente, toda la zona del Cantábrico (Asturias, Cantabria y País Vasco), Andalucía, Canarias y en menor medida el Levante.

¹ A.A.V.V (2005). *Cien años de Unión Conservera*. Vigo Anfaco.

² López y Carmona. (2015) “Patrimonio Documental y Organizaciones Empresariales: el Museo Anfaco de la Industria Conservera”. *El legado de la Industria. Archivos, Bibliotecas, Fototecas de empresa. Fábricas y memoria con experiencias de reutilización*. Gijón. INCUNA.



Fuente: Museo ANFACO.

Figura 1. Envase de la fábrica Curbera. Vigo, 1903.

2. La Colección

El Museo ANFACO es de carácter histórico y didáctico, un lugar de encuentro social de las experiencias vitales laborales vinculadas a la industria de la conserva.

La colección se organiza en función de los hitos que han marcado los inicios y el desarrollo de los alimentos conservados por esterilización, sus hitos tecnológicos, científicos y sociales en torno a los procesos productivos de una fábrica de conservas, así como la organización laboral, las relaciones laborales y humanas, haciendo especial hincapié en el importante papel desempeñado por la mujer en la industria conservera. Forman parte los relatos históricos sobre las sagas empresariales, de la Asociación, del Departamento Técnico y de Investigación, y otros aspectos comunicativos como la publicidad, el diseño gráfico el *packaging* a través de envases, etiquetas, cajas, abrelatas, *merchandising*, *displays*, catálogos, etc....conformando un universo atractivo y lleno de lecturas que ilustra el contenido sociológico e histórico-artístico. Un recorrido por las marcas y los documentos que apoyan la narración de los elementos de la colección y son soporte para la valorización del Patrimonio Industrial.



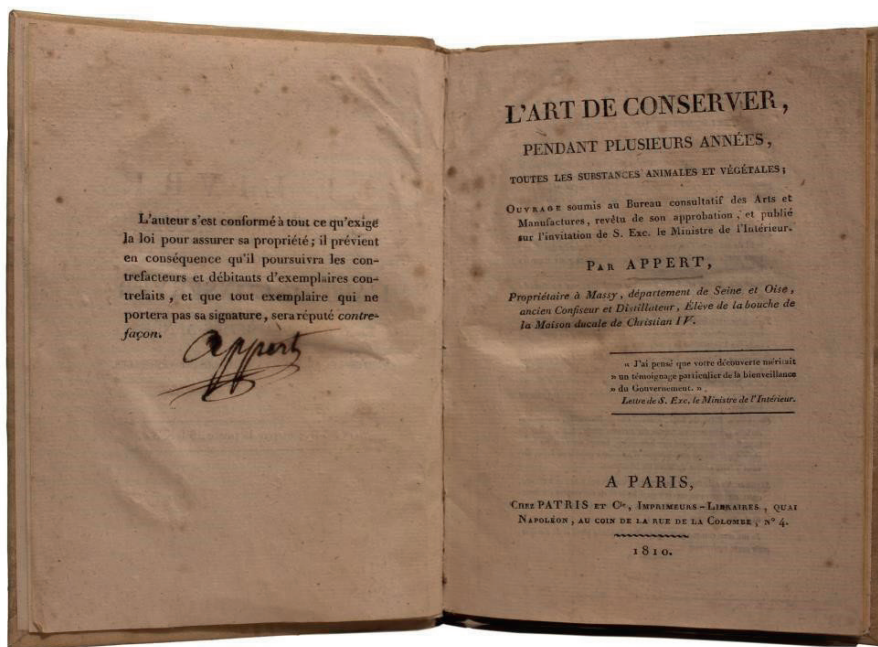
Fuente: Museo ANFACO.

Figura 2. Folleto publicitario de Conservas Mirabent. Valencia.

2.1. La conserva sus orígenes

En 1795, Francia estaba sumida en una etapa caótica y bélica dentro y fuera de sus fronteras, como consecuencia, militares y población sufrían el racionamiento y la escasez de alimentos debido a bloqueos políticos. Los soldados ganaban batallas en Europa, sin embargo, en las trincheras eran diezmados por la escasez de alimentos o el escorbuto y otras enfermedades derivadas de la mala conservación de los alimentos, sobre todo en la armada marina.

El directorio del gobierno francés comprendió que, para solucionar este grave problema, era indispensable la conservación de alimentos en buen estado por mayor tiempo. Así, surgió la idea de ofrecer 12.000 francos al ciudadano que desarrollara un método que tuviera éxito en la preservación de los alimentos para transportarlo durante las campañas. Napoleón apoyó con entusiasmo la iniciativa de Appert, reconociendo la importancia de sus trabajos, los cuales contribuyeron en las exitosas campañas militares. El premio fue otorgado en 1809, ya con Napoleón como emperador, al confitero Appert, quien un año después publicó el libro en el que recogía sus investigaciones. 'El libro de todos los hogares. El arte de preservar sustancias vegetales y animales por muchos años'. Dos meses más tarde, Peter Durand, comerciante inglés, patentó el envase de hojalata.



Fuente: Museo ANFACO.

Figura 3. "El libro de todos los hogares. El arte de preservar sustancias vegetales y animales por muchos años". Nicolás Appert.1810.

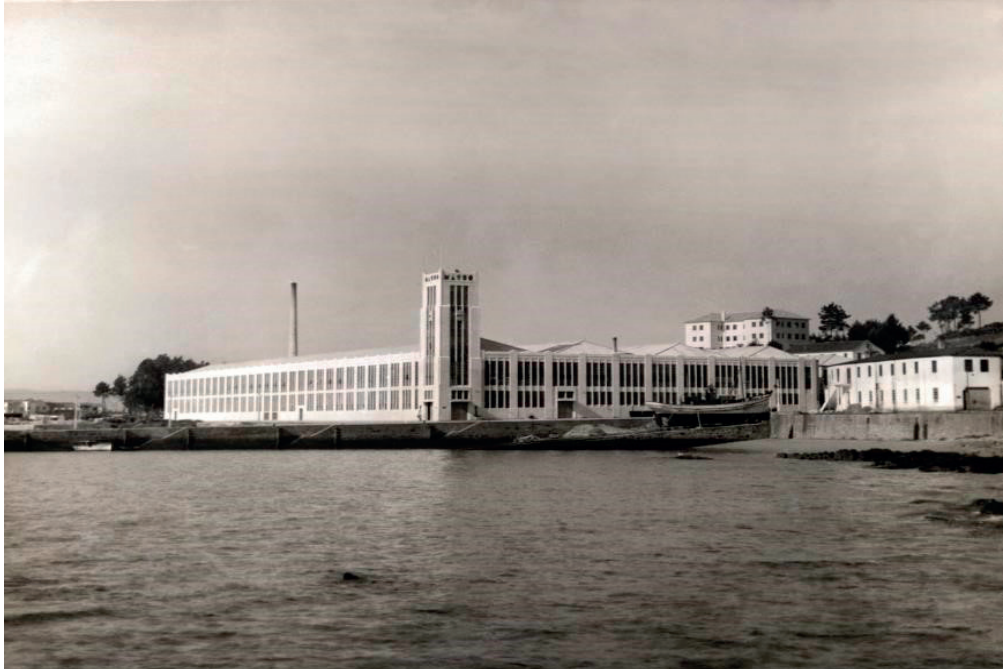
Por aquellos años en España la principal área salazonera eran las rías gallegas propiciado por la abundancia de sardina y, por la llegada de migraciones de catalanes a partir de 1750 que dinamizaron y capitalizaron tanto la pesca como la salazón con métodos más intensivos.

El sector conservero fue el impulsor del tejido industrial moderno de Galicia, heredera de la actividad salazonera que inicia una espectacular expansión a partir de 1880 cuando se da el paso de los talleres de salazones a las conservas herméticas, animados por un hecho fundamental; la desaparición de la sardina de las costas francesas que conlleva la creación de las primeras sociedades mixtas entre franceses y sucesores. Así a principios del siglo XX, en 1902, las exportaciones desde puertos gallegos son ya muy superiores a las francesas, y comienza una etapa de esplendor y crecimiento del sector.

En el contexto peninsular el fuerte crecimiento de las rías gallegas de principios de siglo XX, está ya muy por encima de otras zonas relevantes como Asturias o el Cantábrico que tuvieron bastante peso en el siglo anterior, si bien, la zona del Cantábrico estaba más especializada en los escabeches (de especies como el bonito, el besugo, en Cantabria y País Vasco y la sardina en la zona de Asturias). A partir de 1880, mientras Galicia se distingue en conservas cuya base fundamental es la sardina, el Cantábrico acoge a los salazoneros italianos que se asientan en la zona para trabajar la anchoa creando un significativo foco de producción. Otra migración importante fue la de los comerciantes de Castilla, que poco a poco se introducen en un sector para ellos desconocido pero vital para las poblaciones de interior como es el consumo de pescado.

2.2. El trabajo en las fábricas a través de los objetos industriales

A través de la evolución de la maquinaria, los artefactos que hacen posible la obtención del producto con garantías de salubridad y hermeticidad, elementos tales como las cerradoras/ser-tidoras de latas, autoclave, tostador, y otros objetos de carácter funcional como parrillas, tijeras, abrelatas, constatan la evolución del desarrollo tecnológico, la deriva hacia procesos automatizados que sirven como soporte para adentrarnos en los procesos productivos de una fábrica de conservas.



Fuente: Museo ANFACO.

Figura 4. Fábrica de conservas Massó Cangas.

El patrimonio mueble para los museos de carácter industrial son objeto de deseo por parte de instituciones museísticas de carácter industrial, los referentes imaginarios; maquinaria y fábricas, ciertamente son necesarios para obtener y transformar la materia prima en producto manufacturado, pero no dejan de ser parte de la puesta en escena. Para su desarrollo es necesario la interpretación de la memoria del trabajo, los guiones (archivos documentales), escenografía (fotografías, audiovisuales), el atrezzo (el diseño gráfico, envases.), y la publicidad y el merchandising.

La recuperación de la memoria del trabajo es clave para alcanzar la dimensión humana y social de la tecnología, en cada sección hay personal especializado en su manejo, sujeto a una tarea y una red de contactos y relaciones regladas y no regladas entre compañeros, encargados, patronos y con la sociedad a la que pertenecen. Un complejo conocimiento intangible localizado en las fuentes orales, archivos de empresa, la documentación gráfica, el material impreso, la

prensa, la maquinaria, etc., necesario para recuperar la memoria del trabajo y contextualizar todos los elementos industriales. Las huellas de la memoria están en los restos físicos. Basta saber interpretarlos. Por ejemplo, la 'personalización' de los puestos de trabajo que recogen las fotografías. Puede estar, igualmente, en los reglamentos internos de fábrica, archivos de empresa, una sagaz utilización de la iconografía³. Por tanto, los archivos y la investigación son a priori las herramientas necesarias para dotar de alma el mobiliario mueble e inmueble y una buena tarea divulgativa.



Fuente: Museo ANFACO.

Figura 5. Visita fábrica Massó en Cangas. 1948-50. Museo ANFACO.

La colección de ANFACO es el escenario para divulgar ese conocimiento, de esta forma a través de los documentos fotográficos de escenas de fábrica ocupadas en su mayoría por mujeres operarias, conversamos con los visitantes sobre la importancia de la fuerza laboral femenina para entender su papel en el contexto internacional, nacional, local y doméstico, así como las diferentes causalidades que configuran un sector de mano de obra femenina. Y si ellas son la base para nuestro relato sobre heroínas obreras, ellos y sus sagas familiares empresariales son los protagonistas para construir relatos con tintes novelescos, salpicadas de intrigas políticas, sociales y económicas, hablamos de familias que, como Massó, Curbera, Alfageme, Antonio Alonso, Barreras, Eugenio Fabrique en la Artística, protagonizaron el despegue industrial de Vigo, de Galicia y otras zonas costeras españolas y cuya impronta perdura.

El papel de los empresarios conserveros como colectivo para defender sus intereses a través de la constitución de su asociación en 1904, el interesante viaje a sus 116 años, recorre toda una serie de acciones propias de patronal, adaptándose a los cambios políticos y de funciones, a las

³ CASTILLO, J. "La memoria del trabajo y el futuro del patrimonio" https://www.academia.edu/6562656/La_memoria_del_trabajo_y_el_futuro_del_patrimonio_Closing_faactories_the_memory_of_work_and_the_industrial_heritage_.

crisis económicas, evidenciando gran capacidad de reinención, y la búsqueda constante de nuevas oportunidades que lo configuraron como un sector robusto. Junto a otras iniciativas como la puesta en marcha de servicios tan relevantes como el Departamento Técnico y de Investigación en 1949, para cuestiones relacionadas con la calidad y seguridad alimentaria sino también de formación y profesionalización, avanzando hasta llegar a 2016 convertida en El Centro de Tecnologías Avanzadas de Investigación para la Industria Marina y Alimentaria. La Asociación en 1934 decidió crear un medio de divulgación propio, la Revista Industria Conservera, publicación que viene manteniendo desde entonces una función de servicio al sector transformador de productos del mar, transmitiendo sus inquietudes y aspiraciones a través de artículos de opinión, reportajes y entrevistas.

2.3. Esteticismo industrial

La colección refleja su querencia por la actividad industrial, pero a su vez se tiñe de formas y colores de los logos, envases, estuches, carteles, catálogos, etiquetas, *displays*, postales, publicidad para revistas, *storyboards*, cuñas radiofónicas, spots en distintos formatos, etc. Diseñados por grandes artistas plásticos, artesanos, diseñadores y agencias de publicidad cuyo denominador común es la indudable calidad artística, llegando a afirmar que en Galicia la industria llegó del mar, en consecuencia, el diseño también llegó del mar. Porque la historia del diseño tuvo en la industria conservera uno de los de sus sectores más cómplices⁴.

De la mano de Federico Ribas descubrimos la campaña publicitaria para conservas Massó llena de elegancia, sofisticación y de mensaje. Desempeñó un papel clave en la adquisición de hábitos de vida saludables en la España de aquellos años, llevando a cabo campañas de publicidad didácticas para introducir a la sociedad española en la adquisición de hábitos en la práctica de higiene como de los beneficios del consumo de pescado, tanto en fresco como en conserva. En sus trabajos para Massó destacó por su dimensión artística y publicitaria, señalando la trazabilidad del producto, sus cualidades nutricionales y los procesos de elaboración, así como todas las bondades asociadas al producto, dotando de una imagen para la empresa impregnada de elitismo, y a la mujer como referente absoluto de la publicidad.

El importante componente sociológico intrínseco a las técnicas de marketing y publicidad completa la variedad de disciplinas empacadas en una lata de conservas, un objeto de tamaño pequeño y contenido inmenso.

Si el factor humano dota del guión a la colección del museo, el hilo conductor es la materia prima; las sardinas, el atún, el mejillón, los mariscos. El recurso pesquero articula la narrativa, y su disponibilidad, aprovechamiento siendo, en definitiva, los grandes protagonistas de una colección basada en un alimento.

1. La sardina y los métodos de conservación de los alimentos; salazón y pesca.
2. El nacimiento de la conserva.
3. El monocultivo de la sardina y el desarrollo industrial.
4. Las crisis sardineras: bonito, miticultura y mariscos.
5. Atunización.

⁴ BARRO, D. (2018) *Galicia O deseño ocmo Motor*. Santiago de Compostela. Fundación Didac.



Fuente: Museo ANFACO.

Figura 6. Boceto de Federico Ribas para el Catalogo Massó.1924.

En sintonía con la realidad circundante el objetivo para la colección museográfica es su digitalización e inclusión en las nuevas tecnologías digitales. Como colección visitable, ubicada en una zona suburbana, la colaboración con otras entidades similares para sumar sinergias en proyectos e invertir en tecnologías digitales es esencial para museos de tipología pequeña. En consonancia, el horizonte es la interacción entre museos y sus redes, el intercambio de experiencias y conocimiento en proyectos comunes, sumando esfuerzos como arma contra el olvido histórico y la identidad social de las localidades.

3. El archivo del Museo ANFACO el laboratorio

El archivo del museo ANFACO de la industria conservera es el depósito de varios grupos documentales, de los cuales los dos principales son: el fondo de la Asociación Nacional de Fabricantes de Conservas de Pescado (ANFACO), compuesto por la documentación a través de sus diferentes etapas y nombres desde 1904 y el fondo de la empresa de conservas de pescados de Bernardo Alfageme, S.A., empresa emblemática de la industria española.

El archivo histórico del Museo ANFACO, actualmente, se encarga de recuperar, recibir, conservar y difundir la documentación generada por la organización patronal desde sus orígenes en 1904, a través de sus diversas etapas y denominaciones (Unión de Fabricantes de Conservas de Vigo, Unión de Fabricantes de Conservas de Galicia, Cooperativa UFACO, CICSA, ANFACO (Asociación Nacional de Fabricantes de conservas de pescado y marisco), FEICOPESCA (Federación Española de Asociaciones de Industrias de Transformación y Comercializadores

de Productos de la Pesca), y de del fondo de la fábricas de conservas de pescado y marisco de Bernardo Alfageme S.A., con sede en Vigo y con fábricas en Candas (1873-1939), O Grove y Cambados-Ribadumia (1970-2005), Algeciras y Santoña.

Sin embargo, en el contexto de la historia de las conservas gallegas, región donde se ha concentrado históricamente el sector, hay un fenómeno supracomunitario que trasciende claramente su ámbito territorial. Por una parte, desde su origen, las migraciones catalanas a partir de 1750 las Rías Gallegas para el comercio del a salazón de sardina que propiciaron el desarrollo de la industria conservera de pescado, y por otra la diversificación de muchas de las empresas conserveras en distintos puntos de la geografía española en busca de la materia prima para enlatar. Una empresa solía tener fábricas en la zona Cántabra para la anchoa y bonito, en Galicia para la sardina, en Andalucía y Levante para la caballa o para cuando la sardina desaparecía de costa la atlántica, y Canarias para el atún. Con lo cual el fenómeno de movilidad entre comunidades de las empresas pesqueras durante el siglo XX tiene un alcance socioeconómico todavía por investigar.

Por lo general, los fondos suponen el reflejo de la actividad productiva, normativa, comercial, científica, laboral, tecnológica, social, de promoción y marketing de las empresas conserveras y de sus fórmulas asociativas, permitiendo su estudio e investigación para ahondar en aspectos claves sobre el sector conservero español, constituyendo una fuente básica para el estudio del asociacionismo conservero y, en general, de todos los aspectos que impactaron en este sector económico al largo del siglo XX. El territorio costero español desde siempre ha estado vinculado a la extracción y transformación de los productos del mar. La industrialización del proceso a lo largo de los siglos XVIII, XIX Y XX ha resultado en un importante despegue económico para las comunidades de la costa y de los archipiélagos españoles. El impulso de las empresas conserveras supuso una transformación socioeconómica que en muchos casos configuraron ciudades y villas en torno a esta industria y provocaron la industrialización en sus enclaves.

El valor del archivo no viene dado por su antigüedad sino precisamente por su contemporaneidad que documenta de forma excepcional el proceso de la industrialización conservera a lo largo del siglo XX, cubriendo el vacío que afecta en general a todo el patrimonio empresarial e industrial en su conservación y difusión. Es conocida la situación de muchos archivos de empresa que por desgracia en demasiadas ocasiones se pierden o sufren mermas antes de llegar a ser preservados, con el consecuente déficit para su investigación.

El fondo de la fábrica de Alfageme recoge una de las empresas con más tradición del sector. El fundador, Bernardo Alfageme Pérez, zamorano de nacimiento se dedicaba al trueque de textiles por sal y pescado, hasta que decidió asentarse y crear una conservera de anchoas en Carreño. En 1873 inicia en Candas (Asturias), la compañía que lleva su nombre convirtiéndose en una de las grandes industrias conserveras y la familia pasó a ser uno de los clanes más influyentes de la vida local en Asturias. El propio fundador consciente de la importancia del puerto de Vigo como centro monta una pequeña fábrica en el Arenal en 1909, en la misma época en que Vigo se erige en la capital de las conservas.

Tras la época dorada de las conservas y la bonanza económica que conllevó los beneficios obtenidos en la I Guerra Mundial a partir de 1927 inician la compra de los terrenos situados en su actual ubicación en Bouzas, y contratan a Gómez Román, el arquitecto local más importante de la época que construirá una gran fábrica, bella y monumental, concebida con jardines y espacios

verdes para recibir a las obreras y cuyos vanos teñían de luz natural completamente la fábrica, humanizando la labor que se desempeñaba en su interior y exterior. A lo largo de la dilatada vida de conservas Alfageme (1873-2010) se hacen con nuevas factorías. El emplazamiento de las fábricas se eligió, como era habitual, atendiendo al producto que se enlataba. Así en Algeciras la caballa, en el Grove el mejillón; en Ribadumia sardinas y mariscos y en Vigo, sardinas, atunes calamares, mariscos...etc. En Santoña mantenían una planta para la producción de producción de anchoa. Según datos de Alimarket correspondientes al año 1988 la conservera había sido en términos de facturación la tercera empresa española del sector. Pero su final empieza en 2006 cuando la familia Alfageme vende la empresa y es adquirida por la inmobiliaria Promalar. En 2010 entra en proceso concursal, finalmente cierra. En mayo, los dos bancos acreedores se hicieron con la centenaria factoría. En 2018 el museo ANFACO llegó a un acuerdo con los bancos para rescatar el archivo y otros bienes que aún permanecían en la fábrica de una destrucción segura.

Los documentos propuestos para su descripción provienen de dos fondos archivísticos que disponen de misma unidad al provenir de dos productores integrados que se complementan.



Fuente: Museo ANFACO.

Figura 7. Documento corporativo Bernardo Alfageme, S.A.

4. Objetivos

El archivo supone un activo muy importante para el museo ANFACO, y una herramienta para impulsar la investigación histórica y científica de la cultura conservera. La conservación del archivo Alfageme y su traslado al archivo histórico de ANFACO, incrementó el valor del propio archivo, la demanda de investigadores por su conocimiento, y las inquietudes del propio personal para su profesionalización y su puesta a disposición a la ciudadanía.

Para fomentar la investigación a nivel histórico que abarca no solo los aspectos económicos sino otras cuestiones como la sociología o el feminismo, por el decisivo papel de la mujer trabajadora en este sector, un punto de vista que ha aumentado exponencialmente en los últimos años, un interés creciente que llega al público a través de diversas iniciativas, entre ellas desde la divulgación del Museo ANFACO de la industria conservera que se hace eco de las investigaciones que propicia a través de su fondo documental.

El objetivo es la completa descripción, clasificación y puesta en marcha de un servicio para facilitar y promover el mayor conocimiento de un fenómeno clave para la historia del país ya que España es líder en volumen exportador de conservas de pescado en Europa y líder mundial en variedades y calidad del producto.

5. Desarrollo de la innovación

La normalización y aplicación de lo digital para museos de tipología pequeña, la digitalización de la colección, de su interpretación y exposición, hasta la gestión y administración para llegar a más público es un camino de largo recorrido. Para ello, recientemente hemos firmado un convenio para la digitalización de la revista Industria Conservera y su incorporación a la Biblioteca Digital de Galicia, y está en marcha otro proyecto para digitalizar las circulares de la antigua Unión de Fabricantes de Conservas de Galicia, y otros elementos gráficos y otros documentos audiovisuales que recogen una serie de pistas y sonoras que muestran acciones comerciales.

Este esfuerzo digital al que nos hemos visto abocados debido a las circunstancias actuales provocadas por la pandemia y la necesidad de llegar al público por redes sociales y para minimizar actividades presenciales ha supuesto una oportunidad para iniciar el camino de la digitalización y un horizonte lleno de posibilidades.

Desde los inicios, la propuesta para el museo ANFACO ha sido configurar una colección, dotarla de un discurso, participar activamente en la investigación, en la publicación de libros y exposiciones temáticas, organizar y describir el archivo, sumar elementos que ampliasen la interpretación de su colección, consolidar la audiencia apostando por la inclusión, comprometernos con nuestro entorno a través de la defensa y protección del legado material e inmaterial y colaborar con otras instituciones para multiplicar experiencias innovadoras y colaborativas, en definitiva ser un laboratorio de ideas, investigación y conocimiento social y cultural.

6. Resultados

Al hilo de lo expuesto, trataremos de sintetizarlos en diferentes proyectos ya consolidados:

6.1. Proyecto SEREAS

Para la salvaguarda del patrimonio inmaterial, los llamados tesoros vivos. www.sereasdomar.org

SEREAS es un proyecto divulgativo en clave de género para el sector extractivo y transformador de los productos del mar, cuyo origen son las seis jornadas celebradas sobre el papel de la mujer en dichos sectores.

A partir del 2017 surge la colaboración con Fundamar, para completar y sumar esfuerzos en la tarea de poner en valor el papel de la mujer en el mar. En seguida comprendimos que las jornadas eran un punto de partida para un proyecto de mayor calado, y así es como comienza SEREAS. Detectamos rápidamente la falta de estudios, lugares, nombres propios y referentes en un sector paradójicamente muy femenino, debido a ello, en nuestras primeras jornadas creamos una marca y una publicación como marco general que reflejase diferentes estudios sobre cuestiones de género en los oficios del mar, siempre en clave divulgativa. Las jornadas del 2018 nos pusieron tras la pista de nuestro siguiente paso; los retratos de las trabajadoras del mar a través del cine. En ellas, conocimos a ex conserveras de la antigua fábrica de EL Cisne que se auto graban y cuentan sus experiencias. Aquella vivencia de Cruz Piñón y sus compañeras fue toda una inspiración para nosotras y decidimos hacerlo también, grabar los relatos de nuestras protagonistas. Así nacieron las primeras *fichas*, presentadas en las jornadas del 2019: mujeres de bravura; operarias de la conserva y mariscadoras, pero necesitábamos una plataforma para visualizar el trabajo de SEREAS porque intuimos que tenemos por delante un proyecto vivo, con potencial orgánico para crecer con los años.

El Ministerio de Cultura a través de la convocatoria de patrimonio inmaterial 2019 aportó la financiación necesaria para la creación del portal SEREAS. El portal web es un centro documental digital y accesible sobre la historia de la pesca y de la conserva en clave de género, para: divulgar, valorizar el papel femenino, un papel especialmente vulnerable por la invisibilización histórica del rol femenino laboral.

En Somossereas se recoge en formato textual y audiovisual las fichas y retratos de las protagonistas de sector mar industria. En la misma, se retrata el proyecto y sus objetivos, se documentan las ediciones de las pasadas jornadas con imágenes, publicaciones, programas, además de una zona multimedia con los videos completos de ambas fundaciones. Los símbolos asociados a las profesiones del mar, enmarcan la imagen de las sereas, sus rostros, sus nombres y ocupaciones para crear un registro femenino en primera persona.

Pero SEREAS, en su crecimiento, quiere profundizar en sus retos, por una parte pretende seguir sumando fichas y perfiles hasta conseguir ese retrato coral que hable de todo el empleo femenino, y por otra, quiere crecer hasta convertirse en una herramienta de investigación para analizar documentalmente referentes olvidados del pasado y del presente, historias olvidadas como la de Fermina Alonso Lambert, viuda de José Ramón Curbera que estuvo o al frente de la empresa durante más de treinta años o María Núñez Rey a cuyo nombre giraba una de las fábricas situada en Teis, de ellas, poco o nada sabemos para descubrir

sus relatos y ligarlas a sus antecesoras con un método científico que ofrezca los datos necesarios para construir sus historia que hable del papel de la mujer del mar largamente silenciado para recuperar espacios de libertad femenina.

6.2. Proyecto didáctica MEMORIA DA INDUSTRIA, MEMORIA DEL MAR

Los museos son colaboradores naturales de los centros educativos, actualmente por parte de las administraciones con competencias educativas, se priorizan diferentes axiomas basados en la importancia de la escuela colaborativa. Sobre esta línea de trabajo hemos presentado un proyecto a la *Consellería de Educación y Cultura e Ordenación Universitaria de la Xunta de Galicia* dentro del marco Plan Proxecta, bajo el título Memoria da Industria, Memoria do Mar. Se trata de una iniciativa que busca mejorar la calidad educativa y favorecer la innovación en los centros educativos a través de programas externos sobre una temática específica que motiven al alumnado y al profesorado implicado.

Memoria da industria Memoria do Mar

El objetivo es fomentar la innovación, la transversalidad e interdisciplinaridad y los proyectos escolares fuera del plan curricular y a través de programas educativos específicos para trabajar en el aula a lo largo de todo el curso.

En este caso, la iniciativa presentada por Museo ANFACO "Memoria da Industria. Memoria do mar", implica el diseño de una propuesta pedagógica para profundizar en el conocimiento de la cultura derivada de la actividad industrial de los productos del mar, a través de una metodología dinámica, activa, de cooperación y con un contexto muy claro. Todo ello nos permite trabajar con la experiencia práctica de los estudiantes sobre su entorno inmediato.

La participación en este programa ayudará a la comunidad escolar a comprender mejor el patrimonio industrial y las raíces socioeconómicas de su entorno, no como activos aislados sino integrados en su contexto territorial, con elementos frágiles y vulnerables, a veces incomprensidos, considerados un nuevo activo cultural. Representado e interpretado a través de una lectura actualizada, integrada, científica e informativa.

6.3. Rutas industriales

El compromiso con nuestro entorno y en un esfuerzo por la puesta en valor de este patrimonio promovemos rutas industriales.

Con el fin de promover el conocimiento y sensibilización con el paisaje urbano e industrial de Galicia, el día de los museos se celebran con diferentes recorridos industriales de la mano de expertos de diferentes disciplinas. Las localidades costeras no se entienden sin las industrias que las han dibujado a lo largo del tiempo.

1ª Ruta Industrial Vigo de Guixar hasta plaza de la conserva (Vigo)

Vigo cuenta con un importante patrimonio material e inmaterial ligado a la extracción y a la transformación de los productos del mar, el desarrollo urbano y su configuración se debe al auge y expansión de dichas industrias. Parte de este legado en forma de edificios significativos languidece junto una parte importante de la historia de la ciudad.

Partimos de Factorías Vulcano, continuamos por las naves de Guixar y Serafín Avendaño que albergó en su momento una gran parte de la industria conservera viguesa, pasando por Jacinto Benavente hasta la plaza de la industria conservera junto Conservas Albo y La Artística.

2ª Ruta Vigo Industrial “Plaza de la Industria Conservera-Bouzas-Museo do Mar de Galicia” (Vigo)

Continuando con la I Ruta Vigo Industrial comenzamos en la Plaza de la Industria Conservera el punto de encuentro fue la Artística para recorrer la Avenida Beiramar, cargada de elementos industriales, hasta acercarnos al paseo marítimo del barrio donde se asentaron salazones y fábricas, para finalizar en la antigua conservera de Marcelino Barreras hoy Museo del Mar de Galicia.

3ª Ruta Industrial “Fábrica de Rodeira a Punta Balea” (Cangas)

Recorrimos el frente de Cangas do Morrazo en su vertiente marítima parando junto a los edificios e instalaciones que albergan la historia industrial partiendo de la antigua conservera de la playa de Rodeira a Punta Balea.

4ª Ruta Industrial “De Pescadoira a la Salazón de Mourisca” (Bueu)

Una ruta por la villa pesquera, por las playas de Tuia y Mourisca y, por el interior de dos antiguas salazones rehabilitadas en viviendas que son paradigma del respeto y convivencia del nuevo y pasado uso, ejemplarizando con sus intervenciones la brillantez y sensibilidad de sus propietarios.

6.4. Buenas prácticas

Nuestro compromiso por la inclusión social en las visitas al Museo ANFACO

El museo ANFACO, es un museo accesible en cuanto a barreras físicas, el cumplimiento de la accesibilidad universal para todos los colectivos que integran la diversidad funcional; de tipo físico, psicosocial, cognitiva y sensorial, es una realidad compleja y con un alto coste económico, debido a que las adaptaciones no son las mismas para todos. Sin embargo, sí se cuenta con personal preparado en el tratamiento a personas con discapacidad y sus lenguajes, sumando la interacción humana y la simpatía que despierta siempre el intermedio entre personas, frente a soportes multimedia o tecnológicos que muchas veces y en el transcurso del tiempo queda enseguida obsoleto y requieren costosas adaptaciones y actualizaciones. La interacción con el personal del museo mejora la experiencia museística, sobre todo, en el caso de las personas con diversidad funcional, haciéndolos partícipes e incluidos, emocionándonos por compartir con ellos el privilegio de aprender de la colección bajo el prisma de su mirada, dotándola de un significado especial y personal.

La Red Española del Pacto Mundial celebró el Día Internacional de las Personas con Discapacidad el día 3 de diciembre de 2019 publicando y difundiendo en sus redes sociales las buenas prácticas validadas y vinculadas con los ODS. El museo ANFACO presentó como Buena Práctica:

- El desarrollo de las visitas guiadas dirigidas al colectivo de personas con diversidad funcional.
- La implantación del *Plan Proxecta* en los centros educativos donde se fomenta la participación del alumnado con necesidades educativas especiales.

- Apoyo al Festival de Cine Inclusivo de Vigo.

La Red Española del Pacto Mundial seleccionó y publicó la buena práctica del Museo ANFACO.

6.5. RED REMA (red de museos atlánticos)

Para la difusión conjunta del patrimonio de los museos atlánticos de temática marina.

El museo ANFACO forma parte de la Red de Museos gestionados por el GALP (Grupos de Acción Local del Sector Pesquero de Galicia). Primera Red centrada en el patrimonio material e inmaterial “mariñeiro”. Museos como el Museo Man de Camelle, el Museu Marítimo de Ílhavo (Portugal), el Museo de Historia Natural de Ferrol, el Museo Mares de Cedeira, la Torre de Hércules o Museo de Sel, entre otros. El primer proyecto común Pasaporte *REMA* nace con el objetivo de dar un fuerte impulso a la conservación y difusión del Patrimonio inmaterial ligado a la cultura marinera atlántica, configurando nuevos contenidos culturales que permitan explotar el atractivo común y conectar con el público más joven. Entre estas actividades destacan la creación de un folleto informativo conjunto de todos los espacios que pertenecen a la Red y que contarán con un espacio para que los visitantes puedan obtener un sello por cada centro adscrito, con el objetivo de realizar un recorrido completo por los 27 lugares. Además, se pondrán en marcha un conjunto de actuaciones que tengan como objeto promocionar y difundir los espacios museísticos, a través de actualización de contenidos en la web de Red REMA, redes sociales y microvídeos de cada uno de los espacios.

6.6. Investigación

Se han publicado diferentes libros destacando el trabajo de investigación que significó la siguiente edición:

“Las Familias de la conserva. El sector de las conservas de pescado a través de sus sagas familiares” (2011). Coordinado por el economista Xoan Carmona, el libro imprescindible para conocer la historia de la conserva en nuestro territorio.

6.7. Gastronomía y cultura

Las conservas son un producto alimenticio y, por tanto, las actividades gastronómicas en nexo con la cultura.

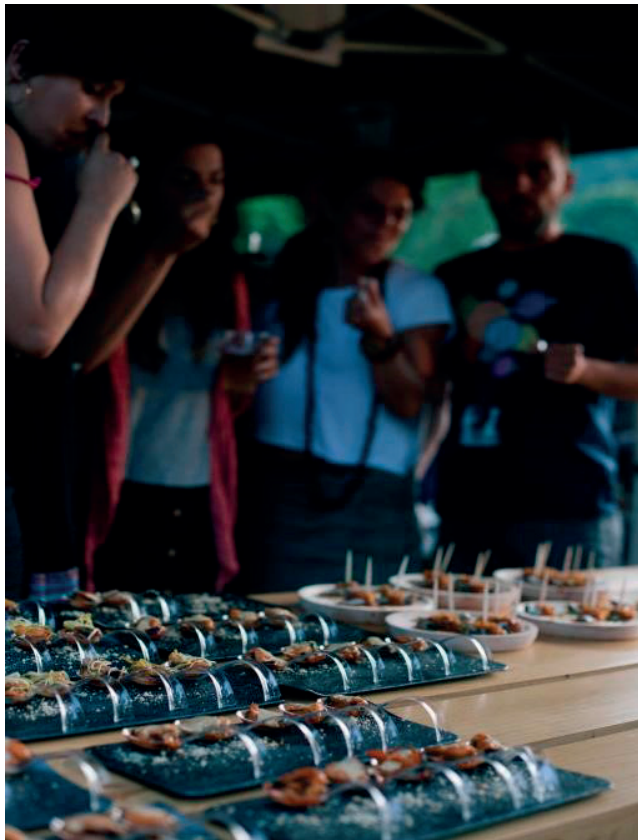
Festival de poesía “Os Eidos” en Parada do Caurel

La IV edición del *Festival de poesía Os Eidos*, en Parada de Caurel durante el 22 al 26 de agosto en la Fundación Uxío Novoneyra, consolidó la apuesta de la Fundación Clúster de Conservación de Produtos del Mar por la promoción de las conservas de pescado y marisco y las marcas de sus patronos en espacios culturales, ligando gastronomía y cultura. El Festival dos Eidos es un evento donde intervienen diferentes artes, la poesía actúa como hilo conductor y transversal a otros soportes de expresión artística, como son la música, el cine, la danza, la fotografía y la gastronomía. Las cerca de 1000 personas que se acercaron en la IV edición tuvieron el privilegio de disfrutar de un festival de música, poesía, danza y gastronómicamente protagonizado por las conservas de pescado y marisco.

En este contexto desarrollamos las acciones de degustación, con la chef del restaurante Lasso, Miriam Carnota, en colaboración con el chef Zalo del Dezaseis de Santiago de Compostela. Las degustaciones estuvieron acompañadas por charlas sobre la Asociación, el Museo, la cultura de las conservas y sus beneficios, en una intensa labor divulgativa. El hilo conductor de la acción y el nexa que articulaba el protagonismo de las conservas en el festival vino de la mano del hijo del poeta, Uxio Novoneyra, que maridó la poesía y las conservas, o el mar y la montaña.

Colaboración junto la Agrupación de Amigos do MARCO, la Fundación Carlos Casares y el Restaurante & Café MARCO en las jornadas del Café Voltaire, una propuesta de diálogo entre literatura, arte y gastronomía con carácter mensual, bajo el sugestivo título de "O sabor das letras".

Celebradas en el Restaurante Museo MARCO de Vigo, un especial Voltaire sobre las conservas de pescado y marisco de la mano del catedrático de historia económica de la USC, Xoán Carmona Badía, y contó con el patrocinio de: Conservas Cerqueira, S.A., Conservas del Noroeste, S.A., Conservas Albo S.L, Conservas Frinsa del Noreste S.A., Conservas Valcárcel, S.A., a través de la gestión de la Fundación.



Fuente: Tamara de la Fuente.

Figura 8. Festival Os Eidos.

7. Conclusiones

La impronta cultural de la industria conservera en Galicia es profunda, configurando tanto su paisaje como inundando los relatos en torno a ella. Este patrimonio común a toda la Galicia y el litoral peninsular engloba pesca, industrialización, trabajo femenino, arquitectura, arte, emprendimiento, asociacionismo, gastronomía y ciencia, forma parte del ideario colectivo debido a la fuerte dependencia económica de esta actividad en su entorno. Los lazos vitales que tienen que ver con la pertenencia a un lugar determinado y, modo de vida, es un factor emocional importante pero también la universalidad de un producto de primera necesidad, sano y nutritivo presente en todos los hogares.

La curiosidad por conocer la historia y el modo de elaboración de los alimentos propios o ajenos y el efecto cercanía es un elemento promocional inmenso, de tal forma que los espacios museísticos deben apostar por ser lugares de disfrute sensorial a través de su mensaje, de su colección museográfica, de sus actividades y de su gastronomía, laboratorios multidisciplinares de conocimiento y de experiencias que recuperen edificios, maquinaria, relatos, recetas, sabores y conecten con el presente.

Bibliografía

- A.A.V.V (2005). *Cien años de Unión Conservera*. Vigo. Anfaco.
- Barro, D. (2018) *Galicia O deseño como Motor*. Santiago de Compostela. Fundación Didac.
- Castillo, J." *La memoria del trabajo y el futuro del patrimonio*". https://www.academia.edu/6562656/La_memoria_del_trabajo_y_el_futuro_del_patrimonio_Closing_faactories_the_memory_of_work_and_the_industrial_heritage.
- Lopez y Carmona. (2015) "Patrimonio Documental y Organizaciones Empresariales: el Museo Anfaco de la Industria Conservera". *El legado de la Industria. Archivos, Bibliotecas, Fototecas de empresa. Fábricas y memoria con experiencias de reutilización*. Gijón. INCUNA.
- Lopez, M. (coord.) (2019). *La colección del Museo ANFACO en el 115 aniversario de la Unión conservera*. Vigo. ANFACO-CECOPESCA.

FUNDACIÓN HERDEZ COMO PROYECTO CULTURAL. HISTORIA Y RECUPERACIÓN DE UN LEGADO FAMILIAR

Azucena Suárez de Miguel ^a, Karla Richterich ^b

^aFundación Herdez, Ciudad de México, asuarez@herdez.com, azusumiguel@yahoo.com.mx

^bInstituto de Investigaciones Estéticas, unam, richterichk@gmail.com

Abstract: This text concerns the development of the educational and research model of Fundación Herdez, Mexico. The story began in 1914 when Ignacio Hernández del Castillo created what would subsequently become Grupo Herdez, a family business specializing in the food industry. In 1988, its then general director, Enrique Hernández-Pons, acquired and restored a building in the Historic Center of Mexico City, Fundación Herdez, to protect world heritage. This essay describes the Duque de Herdez Our Cuisine Museum Gallery located there, the development of kitchens in Mexico and the way they reflected an era and its culture. It also mentions the latest project of director Héctor Hernández-Pons Torres, currently on a quest to rescue the country's industrial heritage, this time by restoring the factory and home of Doña María Pons, who dreamed up the famous recipe for Mole Doña María, a product that has enjoyed enormous success both in Mexico and abroad. The article also describes the other features of the project, which promotes food culture and has won the Hallbars Award in category C Countries and Regions, C09 Latin America, in the food and beverage sector.

Keywords: Fundación Herdez, Museo Galería Nuestra Cocina Duque de Herdez, nutritional education, Mexican gastronomy, Ignacio Hernández del Castillo, María Pons, Enrique Hernández-Pons, Héctor Hernández-Pons Torres.

Resumen: Este texto trata sobre el desarrollo del modelo educativo alimentario y de investigación de Fundación Herdez, México. La historia comienza en 1914 cuando Ignacio Hernández del Castillo crea lo que más adelante se consolidaría como Grupo Herdez, empresa familiar dedicada a la industria alimentaria. En 1988 su entonces director general don Enrique Hernández-Pons, adquiriría y restauraría —con el fin de salvaguardar el patrimonio de la humanidad— un edificio del Centro Histórico de la Ciudad de México, Fundación Herdez. En este ensayo se habla sobre el Museo Galería Nuestra Cocina Duque de Herdez ahí situado, sobre el desarrollo de las cocinas en México y cómo éstas fueron reflejo de una época y su cultura. Asimismo, se menciona el nuevo proyecto del ahora director Héctor Hernández-Pons Torres, quien busca el rescate del patrimonio industrial, esta vez con el proyecto de recuperar la fábrica y casa de Doña María Pons, quien creara la famosa receta del Mole Doña María, producto que tiene gran éxito en México y en el extranjero. También se mencionan los elementos que constituyen este proyecto, el cual fomenta la cultura alimentaria y que ha merecido el Hallbars Awards en la categoría C Países y Regiones, C09 América Latina, en el sector alimentos y bebidas.

Palabras clave: Fundación Herdez; Museo Galería Nuestra Cocina Duque de Herdez; cultura alimentaria; gastronomía mexicana; Ignacio Hernández del Castillo; María Pons; Enrique Hernández-Pons; Héctor Hernández-Pons Torre.

Citar como: Suárez de Miguel, A., Richterich, K. (2021). Fundación Herdez como proyecto cultural. Historia y recuperación de un legado familiar. En *Actas del II Congreso Internacional sobre Patrimonio Alimentario y Museos*. 11-12 noviembre, 2020, Valencia, España. pp. 87-102.

El Museo Galería Nuestra Cocina Duque de Herdez

1. Introducción

En el ámbito de este congreso que se llevará a cabo vía remota a causa de la pandemia SARS-CoV-2 (Covid-19), la cual azota al mundo en su totalidad, hago una reflexión que se vincula a lo que tiene lugar en estas memorias: el patrimonio cultural y los museos. Entiendo por *patrimonio cultural* el conjunto de bienes tangibles e intangibles que ha dejado el hombre a lo largo de la historia. Así pues, resulta casual e interesante descubrir que hace un siglo se registraba en el periódico *La Razón*, “¡Alerta! La influenza española en San Luis”. La terrible epidemia de la influenza española que tantas víctimas ha hecho en España, Cuba y Estados Unidos, comienza a hacer estragos en nuestra patria [...] Se sabe que la frontera está cerrada, obedeciendo órdenes del Departamento de Salud” (en Carregha Lamadrid, 48). Y esto adquiere relevancia no sólo porque nos resultan muy cercanas esas palabras, sino porque quien dirigía el periódico en el cual aparece la cita referida fue quien fundó la Compañía Comercial Herdez, Ignacio Hernández del Castillo (San Luis Potosí, México, 1895-1976 (Carregha Lamadrid, 13), abuelo del actual director de Grupo Herdez, Héctor Hernández Pons Torres, también presidente de Fundación Herdez, sede del museo.

Es en este periódico local de la ciudad de San Luis Potosí —un estado situado al nororiente del país—, donde pueden vislumbrarse las costumbres locales y los anuncios de la época. Con una vigencia de casi dos años (del 26 de mayo de 1918 al 17 de marzo de 1920), se pueden recorrer las actividades culturales, las inclinaciones políticas, preocupaciones e intereses de quien gestara también lo que en un futuro sería Grupo Herdez. Así, un periódico de cuatro páginas que enfrentaría el aumento del precio del papel, y en tiempos de elecciones gubernamentales cuadruplicaría sus impresiones, desaparece poco después de que hubiera elecciones fraudulentas para gobernador, y poco antes del asesinato de Venustiano Carranza en medio del proceso de elecciones presidenciales el 21 de mayo de 1920.

Una fuente muy interesante para comprender los años durante y después de la Revolución mexicana se halla concentrado en las páginas de *La Razón*.

1.1. Fundación Herdez

Ahora bien, toca a la historia hablar del hijo de aquél que se interesara por la vida periodística, don Enrique Hernández-Pons (1924-2000), quien adquiriría el edificio que hoy alberga el Museo Galería Nuestra Cocina Duque de Herdez. La idea de crear una fundación estaba en la mente de su fundador, quien veía una compañía con compromiso social. Así cuando en 1987 se inscribe el Centro Histórico de la Ciudad de México como Patrimonio Mundial don Enrique Hernández Pons decide colaborar en el rescate de bienes inmuebles, adquiriendo la casa de la calle Seminario 18 “que estaba a punto de colapsar” (Hernández-Pons, 11). Junto a ésta se encuentra el edificio que actualmente pertenece al Patronato Universitario de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Ambas edificaciones “En la época virreinal [...] dieron cabida a la Real y Pontificia Universidad de la Nueva España y más tarde funcionaron como casa de canónigos de la Catedral” (Ortiz Macedo, 15). Se asentaron en lo que en la época prehispánica fuera “el majestuoso complejo templario dedicado al omnipresente y todopoderoso Tezcatlipoca. Como es bien sabido, éste era un dios tan venerado como temido entre los Mexicas, quienes lo tenían como ‘el mayor de sus mayores dioses y como poseedor del cielo y de la tierra” (López Luján, 27). Después de haberse cimentado las edificaciones coloniales de la

Ciudad de México, ésta padeció diversas inundaciones, no hay que olvidar que Tenochtitlán se había fundado sobre un lago y que el carácter lacustre de la Ciudad fue propicio para que esto sucediera. "Algunos edificios se derrumbaron y debieron de ser reconstruidos ya en el mismo siglo [XVIII]. El inmueble que nos ocupa quedó sumergido durante largo tiempo [...] el edificio que se conserva en la actualidad data [de] 1743 [cuando] adquirió la apariencia general que lo caracteriza hasta nuestros días" (Ortiz Macedo, 15).

La restauración de este edificio del XVIII quedaría a cargo del renombrado arquitecto Luis Ortiz Macedo con el propósito de adaptar el inmueble a los nuevos usos que se le darían. Así la Fundación se vislumbraría con sus dos pisos, en cuyo segundo se encuentra la terraza con vista a la Catedral y al Zócalo y su Centro de Interpretación. La planta baja alberga a su Biblioteca especializada en Gastronomía (que contiene 6.000 ejemplares, con un número de visitantes de 56.418 personas) y el primer piso con el museo Galería Nuestra Cocina Duque de Herdez.

Fundación Herdez fue creada en 1988 con el fin de "resolver las necesidades básicas alimentarias por medio de donativos en especie" (Fundación Herdez, 1991-2016, 18) A partir de 1997 amplió su visión e incluyó dentro de su misión fomentar la investigación, la educación y el desarrollo alimentario del país. Cabe mencionar que Compañía Comercial Herdez se creó en 1914 y empezó con el enlatado de legumbres, pescados y frutas en almíbar. Herdez produce una vasta variedad de productos que van desde las salsas y las mermeladas hasta los enlatados tradicionales que se mantienen hasta estos días. La preocupación de la empresa familiar por generar un modelo en educación alimentaria que tiene el sello de la Fundación Herdez "es uno de los grandes logros y tiene su sustento en la interacción de los aspectos social, educativo, cultural y tecnológico, en relación con la gastronomía y la nutrición como ejes conductores de nuestros proyectos" (Fundación Herdez, 1991-2016, 15).

1.2. Sede San Luis Potosí, una innovación

Resulta interesante ver cómo el actual director Héctor Hernández-Pons Torres ha posado su mirada en recuperar el patrimonio industrial, una parte fundamental en el desarrollo de una de las marcas que han recorrido miles de casas mexicanas hasta llegar al extranjero: el Mole Doña María, reconocido no sólo por su envase, un vaso de vidrio utilitario sellado con una tapa de aluminio, sino porque su elaboración ha sido a lo largo de los años un gran éxito comercial, se produjo a gran escala en el lugar que ahora se recupera como centro cultural. Inevitablemente volvemos a la historia familiar, a San Luis Potosí donde esta empresa familiar se gestó. Ignacio Hernández del Castillo, fundador de *La Razón*, desposó a Enriqueta Pons, hermana de María —la creadora de la receta del mole— quien a su vez estuvo casada con Antonio Moncada Villanueva, divorciada y vuelta a casar con Pedro Degetau, alemán con quien habría de mudarse un tiempo de la capital del estado a sus cercanías "debido a la xenofobia propia de la Revolución mexicana y de los regímenes que la sucedieron" (González de la Vara, 2).

En esos tiempos en que se exacerbó "lo mexicano" muchos platillos tradicionales circularon de un estado a otro, y así llegó el mole poblano al paladar de doña María Pons, quien durante su estancia fuera de la ciudad de San Luis se encargó de elaborar su propia receta. Una vez de vuelta en la ciudad de San Luis trabajaron ambos en el hotel Progreso, administrado por dos hermanos de María, cuyo restaurante adquirió lustre y renombre por dicho platillo ("ella [María] se distinguió por sus habilidades culinarias, las cuales le dieron fama al restaurante del hotel Progreso en la década de los treinta, y más tarde, al mole de su creación, Doña María" [Carregha

Lamadrid, 22]). Así empezaron a producir el mole en polvo que vendían a los comensales en pequeñas bolsas de celofán. En 1954 se creó la Sociedad Mercantil Productos Marpe, S. A. y poco después se puso en marcha un “ambicioso plan” con doña María encabezando la nueva empresa. Pronto la sociedad se hizo de una nueva fábrica donde instalaron su casa; compraron maquinaria, pues “el secado de los chiles y otros ingredientes se realizó por mucho tiempo a pleno sol hasta la instalación de un tostador de tubo rotatorio. Con el tiempo, se instalaron freidoras, mezcladoras, molinos de distintos tipos, transportadoras llenadoras y otras máquinas” (González de la Vara, 5). La circulación del mole abarcaba cada vez más el mercado hasta producir toneladas anualmente, sobre todo a partir de que se comenzó a elaborar en pasta. Para 1967 María Pons y Pedro Degetau, sin descendientes y con una edad ya considerable, decidieron vender la marca a Ignacio Hernández del Castillo. Al paso de los meses su razón social cambió a Productos Doña María y se comenzó a integrar al sistema del Grupo Herdez hasta ser plenamente asimilado en 1978. La antigua fábrica en San Luis cerró definitivamente sus puertas en 2008, y en ella actualmente está en curso una propuesta arquitectónica para consolidar el proyecto como centro cultural.

Este proyecto consiste en la creación de huertos educativos. Estará también conformado por el museo, un centro de interpretación, una biblioteca y otros espacios públicos para la organización de eventos que incluyan a la comunidad.

2. Objetivos

Resulta importante para nosotros contemplar al museo como una de las piezas que conforman un todo que impulsa al estudio de una de las tres gastronomías más reconocidas en el mundo según la UNESCO. Para eso habría que considerar la definición de *museo* del Consejo Internacional de Museos:

Los museos son espacios democratizadores, inclusivos y polifónicos para el diálogo crítico sobre los pasados y los futuros. Reconociendo y abordando los conflictos y desafíos del presente, custodian artefactos y especímenes para la sociedad, salvaguardan memorias diversas para las generaciones futuras, y garantizan la igualdad de derechos y la igualdad de acceso al patrimonio para todos los pueblos. Los museos no tienen ánimo de lucro. Son participativos y transparentes, y trabajan en colaboración activa con y para diversas comunidades a fin de coleccionar, preservar, investigar, interpretar, exponer, y ampliar las comprensiones del mundo, con el propósito de contribuir a la dignidad humana y a la justicia social, a la igualdad mundial y al bienestar planetario (ICOM, 2019).

Parece difícil sobre todo en estos tiempos definir cuál es la función de estos espacios, más aún cuando nos enfrentamos en medio de esta pandemia al muy reciente concepto de “museo virtual”, así como a la difusión cultural a través de redes sociales, *webinars* y conferencias por medio de distintas plataformas. Por tanto, resulta de gran importancia mantener en mente que para que un espacio sea democrático, éste debe ser transitable, cosa que no sucede en el ámbito virtual, la necesidad de dispositivos y red limita a aquellos que no cuentan con dichos recursos.

De ahí que para nosotros el museo forme parte de un proyecto al cual se han sumado la Biblioteca de la Gastronomía Mexicana, el Programa de Publicaciones (producción impresa y digital) y el Centro de Interpretación, y en el caso de San Luis también el Huerto Educativo (asimismo *in situ*). A la par en estos momentos de incertidumbre se añaden al proyecto de la Fundación las habilidades para transformar todo este conocimiento en medios digitales, que a su vez vía red/la Internet, entre otros, pueda hacerse llegar a algunos amantes de la cocina

mexicana. Y con esto nos referimos a un público de todas las edades: hay materiales generados para niños como una lotería y una memoria basadas en frutas y verduras características del territorio mexicano, al igual que libros con contenidos escritos tanto por especialistas en nutrición como por biólogos, historiadores y chefs que trabajan en un ingrediente en particular por publicación. Ejemplos de esto es la Colección Tonacayotl: nuestro sustento con títulos como: *El chile: protagonista de la Independencia y la Revolución*; *El frijol. Un regalo de México al mundo*; *El jitomate y la cebolla, secreto de nuestra sazón*; *El mole: ofrenda de dioses, manjar de señores*; *Ahuácatl: fruto delicioso y nutritivo*; *El maíz: nuestro rostro, nuestro corazón*; *El nopal: emblema nacional*; *El cacao: alimento divino*; *Xanat: dulce aroma para el mundo*; y *Amaranto: comida cotidiana y ritual*. El gran acierto de nuestro museo es que ha trascendido sus espacios tradicionales en la medida en que ha generado un proyecto multidisciplinario que considera una gran cantidad de elementos vinculados al quehacer gastronómico.

3. Desarrollo de la innovación

3.1. El Museo Galería Nuestra Cocina Duque de Herdez

Situado en el primer piso de Fundación Herdez el Museo Galería Nuestra Cocina Duque de Herdez es un proyecto desarrollado por la Fundación con el apoyo de Papalote, Museo del Niño, el Museo Franz Mayer y el Museo Nacional de Antropología, con el objetivo de promover, difundir y preservar la cultura alimentaria de México a través de un recorrido por la historia. Cuenta a la fecha con un total de 178.096 visitantes, ofrece juegos interactivos y computadoras en los que los usuarios pueden ampliar la información de cada sala.

3.1.1. Época prehispánica

El visitante inicia el recorrido en la época prehispánica, y descubre que muchas de las actividades culinarias se realizaban al nivel del piso, que el fuego para cocinar estaba delimitado por tres o cuatro piedras que lo rodeaban ya fuera en triángulo o en círculo. Este espacio del fuego era sagrado. Dentro de la cocina se utilizaban bancos, taburetes y rollos atados para realizar más cómodamente las labores de la cocina. Comían en platos, "cajetes, *xicallis* y tomatates. Los líquidos se servían en vasos de barro, copas, jicaras, tazas e incluso jarras y cántaros" (Suárez y Farías, "De dioses, casa y cocinas mexicanas", 11). Su sistema de almacenamiento constituía en colgar redes de las vigas para depositar ahí los alimentos y mantenerlos fuera del alcance de los animales (Figura 1).

Los métodos culinarios se basaban en el hervido, asado y cocido al vapor, también se ahumaba en agujeros hechos en la tierra. Los ingredientes eran múltiples, como se trataba de una localidad rodeada de agua, se alimentaban de pescado y otras especies acuáticas, como ranas, pato y distintas aves. El maíz, el chile y el frijol están presentes desde esa época como parte del alimento principal hasta hoy día. De la cocina prehispánica se han heredado gran cantidad de bebidas como el atole "se preparaba con masa, restos de tortilla molida, olotes quemados y molidos que se mezclaban con frijoles, se le daba sabor con chile y miel" (Suárez y Farías, "De dioses, casa y cocinas mexicanas", 12); el chileatole, una variante realizada con elote tierno. "El uso gastronómico más importante del cacao era la preparación de una bebida fría, refrescante, estimulante y un poco amarga que se obtenía moliendo los granos y disolviéndolos en agua" (Suárez y Farías, "De dioses, casa y cocinas mexicanas", 13). No todos podían beberlo a su

placer, sólo los nobles y aquellos que se habían distinguido en la guerra. Finalmente, el pulque¹ era otra bebida ceremonial que bebían nobles, enfermos y ancianos; las pulquerías siguieron hasta nuestros días y hasta hace poco no se dejaba el ingreso a las mujeres. Las encargadas de hacer la comida eran las mujeres y se le daba mucha importancia a que supieran hacer tortillas en todas sus variantes.



Fuente: Agustín Estrada de Pavia, 2010.

Figura 1. Cocina prehispánica.

3.1.2. Época colonial

La colonia se caracterizó por platillos elaborados, con una mezcla de distintos ingredientes, tanto prehispánicos como europeos. Muchos platillos surgieron de las hornillas de los conventos, los cuales tenían las últimas innovaciones en sus cocinas. No es casual que fueran grandes inventores de platillos. En las cocinas de la época virreinal (Figura 2) las mesas de trabajo eran de madera, los utensilios, de cobre, piedra, mármol y los jarros de barro. La talavera² ocupó un lugar principal en estos tiempos:

¹ Bebida alcohólica, blanca y espesa, del altiplano de México, que se obtiene haciendo fermentar el aguamiel o jugo extraído del maguey con el acocote, véase *Diccionario de la lengua española*, consultado el 4 de noviembre de 2020, en <https://dle.rae.es/pulque>.

² La definición técnica de talavera —según su registro en el Instituto de Derechos de Autor— es la siguiente: “cerámica propia de la zona de Puebla, elaborada con barro y conformada por un cuerpo cerámico recubierto con vidriado estannífero, decorado con colores metálicos y trabajado manualmente en sitio”, véase <https://www.corazondepuebla.com.mx/descubre/talavera/>, consultada el 4 de noviembre de 2020.

Se solía comer en la cocina, en las casas acomodadas también había comedor [...] Las vajillas que, a partir de la segunda mitad del siglo podían ser de Talavera elaborada en los alfares poblanos, se componían de platos, fuentes, salseras, ensaladeras, azucareras y saleros. El juego de metal consistía sólo de cucharas y cuchillos (las más comunes eran de madera), y se usaban vasos y copas de vidrio, así como manteles para cubrir las mesas” (Stoppen, “Las simientes del mestizaje en el siglo XVI”, 24).

Los españoles introdujeron a la Nueva España el trigo, ajo, cebada, perejil, zanahoria, arroz, entre muchos otros. El sistema de trueque cambió por una economía monetaria. Por su parte, en los conventos las monjas elaboraban toda clase de exquisitez. “En las reuniones ahí organizadas se tocaba música y se leía poesía, en tanto la corte y los dignatarios religiosos saboreaban los exquisitos pastelillos y los calabazates. Los dulces convirtieron a los conventos en los principales surtidores de golosinas que tuvo la corte virreinal.” (Suárez Farías, “De ámbitos y sabores virreinales”, 36).



Fuente: Agustín Estrada de Pavía, 2010.

Figura 2. Cocina virreinal.

Las cocinas estaban situadas en una habitación en la cual había distintos fuegos. Con su tecnología alcanzaron a graduar la temperatura y la intensidad de la flama al colocar las hornillas a distintas alturas.

3.1.3. El siglo XIX

En el México independiente, la Reforma y el Segundo Imperio se produjo un afrancesamiento culinario, en el cual el uso de gas modificó procesos, así como la electricidad. Al alcanzar México su independencia llegaron al nuevo país una gran cantidad de europeos y estadounidenses que introdujeron algunas de sus costumbres en la comida y establecieron restaurantes en donde se servían platillos más condimentados, vinos, quesos fuertes, licores, así como postres y pasteles.

3.1.4. Siglo XX

El siglo XX tuvo distintas variantes en los modelos de objetos de la cocina, siempre marcados por la estética de la época, pero en esencia fue el uso de los electrodomésticos lo que provocó un cambio drástico. La llegada de las jarras para hervir agua, mezcladoras y batidoras, la olla de presión y los métodos de conservación, las latas y recipientes de vidrio, así como la posibilidad de refrigerar los alimentos. El aluminio se volvió la materia principal para el mobiliario y objetos del arte gastronómico —y lo es hasta la fecha. “Entre otros movimientos, la escuela de diseño Bauhaus [...] se ocupa de optimizar el diseño de las viviendas. Allí surgen las planchas de metal esmaltadas en blanco para las estufas de cuatro quemadores [...] así como las superficies de trabajo continuadas con armarios inferiores y superiores, diseño que logra una coordinación entre los espacios de almacenamiento y de trabajo especial para los ámbitos reducidos (Stoppen, “Convulsiones y revoluciones culinarias de los siglos XIX y XX, 59). Muchos alimentos tienen conservadores y están empacados, surgen las marcas y sus eslogans. Existen las abarroterías que surten a la zona al igual que las tortillerías, panaderías, y los mercados.

3.1.5. Época contemporánea

En nuestros días las técnicas varían constantemente, se deconstruyen los platillos, se esculpe con materias primas digeribles, se utilizan utensilios de la más alta tecnología... los procedimientos de elaboración avanzan a la velocidad de la misma. Se pueden configurar los aparatos inteligentes con diversas recetas obteniendo un rico platillo sin mayor esfuerzo que pesar los ingredientes: un lujo que en algunas casas encuentran lugar.

4. Resultados y conclusiones

4.1. Premios

Este año Fundación Herdez fue reconocida mundialmente por los premios Hallbars Awards en la categoría C Países y Regiones, C09 América Latina, en el sector alimentos y bebidas. Este premio se otorga a las memorias de sostenibilidad alrededor del mundo, en este caso al *Reporte de sostenibilidad: Memorias 2016-2019*. Con esto Fundación Herdez podrá ser ejemplo para otras empresas que demuestren la promoción de la educación y la investigación para un mejor desarrollo de su país. En este caso, un mejor desarrollo alimentario en México. La relevancia mundial de este premio se refleja en la entrega, cuyo comunicado se emitió el 21 de octubre en la casa de Alfred Nobel, el día de su efemérides; su jurado internacional estuvo compuesto por cinco pares del Hallbars Institute de Suecia, Francia, España y China, además del jefe del comité científico. Esto enorgullece por supuesto a todo miembro de la Fundación, así como a Grupo Herdez al haber sido considerado como modelo ejemplar, puesto que refleja el logro del trabajo de más de 20 años a través del museo.

También recientemente una de nuestras publicaciones resultó premiada: *El cacao, alimento divino*, ganó el premio en la categoría E7 chocolate *Food Culture Gourmandworld Cookbook Awards 2019*, en Macao, China (Figura 3). “Esta publicación es el resultado de un ciclo de conferencias alrededor del cacao que tuvo lugar en la sede de Fundación Herdez, en el que participaron expertos, chefs, académicos, catedráticos de importantes instituciones. Cada

uno de los trabajos de estos notables investigadores, los cuales exponen el papel de este importante fruto de origen mexicano desde diversos contextos —histórico, nutricional, botánico, económico y gastronómico—conforman este breve, pero conciso imaginario sobre uno de los productos con mayor relevancia no sólo en nuestro país sino a nivel mundial” [Memoria 2016-2019, 02]. La colección a la que pertenece el libro, “Tonacayotl: nuestro sustento” sobre el cacao consta de 10 publicaciones en torno a distintos productos y platillos mexicanos entre ellos, el chile, el maíz, el aguacate, el frijol, el nopal, el jitomate, el mole, la vainilla y el amaranto (Figura 4).



Figura 3. Portada del libro *El cacao alimento divino* (Ciudad de México: Fundación Herdez, Libro galardonado Best in the World World Cookbook Award Hallbars 2020).



ADQUIERE ÉSTAS PUBLICACIONES EN:
Nuestra Biblioteca de la Gastronomía Mexicana, o en
bibliotecaherdez.com.mx
Publicaciones disponibles en español e inglés

Fundación Herdez
Seminario 18, Centro Histórico, México 06060 D.F.
Tel.: 5522 8860, 5522 5544 Fax. 5491 1557
fundacion@herdez.com
www.fundacionherdez.com.mx

Fuente: Agustín Estrada de Pavía.

Figura 4. Colección Tonacayotl: nuestro sustento.

Por otra parte en 2014 inscribimos a *El cocinero mexicano ó, colección de las mejores recetas para guisar al estilo americano, y de las mas selectas según el método de las cocinas española, italiana, francesa e inglesa. Con los procedimientos mas sencillos para la fabricación de masas, dulces, licores, helados y todo lo necesario para el decente servicio de una buena mesa* [3 vols., Colección de Libros Antiguos de la Biblioteca de la Gastronomía Mexicana, Fundación Herdez,

A.C (México: Imprenta de Galván, a cargo de Mariano Arévalo, 1831)], documento que forma parte del Fondo Reservado de la Biblioteca de la Gastronomía Mexicana en la Memoria del Mundo para América Latina y el Caribe, UNESCO (2014).

4.2. Cursos y talleres

Como parte de las actividades de la Fundación se encuentra la impartición de “cursos, talleres, seminarios, diplomados y conferencias impartidos por renombrados profesores, investigadores, así como chefs procedentes de distintas instituciones de educación superior y universidades del país” [Memorias, 2016-2019, 05]. Dentro de los talleres hay algunos especialmente interesantes como “Pan de muerto y pan tradicional del Estado de México”, “Moliendo cacao”, “Haz tu calaverita de azúcar” o “decoración de galletas Frida Khalo”, entre otros. Por otra parte están los cursos impartidos en Facebook.

4.3. Vínculos

La Fundación ha formado vínculos con la comunidad del Centro Histórico, así como con museos, archivos y bibliotecas nacionales e internacionales, entre ellos ADABI.

Como parte del proyecto de Fundación Herdez, apoyamos con donativos a poblaciones vulnerables, y en caso de desastres naturales, a través de instituciones como Banco de Alimentos, Cruz, Roja entre otras.

4.4. Sede San Luis Potosí

4.4.1. Casa Doña María Pons

Se han hecho avances considerables en la planeación y ejecución del nuevo proyecto, para integrar los distintos programas que conformaran este centro cultural, como un homenaje a este platillo mexicano y a su inventora.

La biblioteca ocupará lo que fuera la casa habitación, el huerto educativo estará ubicado en el jardín de la casa y el museo y el centro de interpretación se ubicarán en el lugar que ocupara la fábrica donde se elaboró el mole Doña María

4.5. Visitas

El museo cuenta a la fecha con 178, 096 visitas.

En Facebook tenemos 8, 810 seguidores.

Bibliografía

Carregha Lamadrid, L. (2014). *La Razón. Trayectoria periodística y pensamiento de un emprendedor potosino: Ignacio Hernández del Castillo*. Ciudad de México: Fundación Herdez.

Fundación Herdez. (2016). *Memoria, 1991-2016*. Ciudad de México: Fundación Herdez.

Fundación Herdez. (2019). *Memoria, 2016-2019*. Ciudad de México: Fundación Herdez.

González de la Vara, M. *“Mole Doña María. Una historia de éxito”*, texto inédito, 2019

- Hernández-Pons Torres, H. (2015). "Presentación", en *Fundación Herdez, una restauración ejemplar*. Ciudad de México: Fundación Herdez, A.C.
- icom, "La creación de una nueva definición de museo – la columna vertebral del ICOM", <https://icom.museum/es/recursos/normas-y-directrices/definicion-del-museo/> [consulta: 18 de octubre de 2020][sin autoría reconocida].
- López Luján, L. (2015). "Ruinas sobre ruinas: de los aposentos de Tezcatlipoca a las aulas de la Universidad", en *Fundación Herdez, una restauración ejemplar*. Ciudad de México: Fundación Herdez, A.C.
- Ortiz Macedo, L. (2015). "Reflexiones en torno a la restauración del edificio de la Fundación Herdez", en *Fundación Herdez, una restauración ejemplar*. Ciudad de México: Fundación Herdez, A.C.
- Suárez y Farías, m.c. (s.f.)a. "De dioses, casas y cocinas mexicas", en *Artes de México. Los espacios de la cocina mexicana*, 36, p. 8-16.
- Suárez y Farías, m.c. (s.f.)b. "De ámbitos y sabores virreinales", en *Artes de México. Los espacios de la cocina mexicana*, 36, p. 30-46.
- Stoppen, M. (s.f.)a. "De convulsiones y revoluciones culinarias en los siglos XIX y XX", en *Artes de México. Los espacios de la cocina mexicana*, 36, p. 50-66.
- Stoppen, M. (s.f.)b. "Las simientes del mestizaje en el siglo xvi", en *Artes de México. Los espacios de la cocina mexicana*, 36, p. 20-29.

COMUNICACIONES

II Congreso Internacional sobre Patrimonio Alimentario y Museos

11-12 Noviembre, 2020, Valencia

REESTRUCTURACIÓN DE LA “COCINA TRADICIONAL”. EL MUSEO DE LA CIUDAD Y LA SALA DE LA COCINA DURANGUENSE

Jaime Iram Vargas Barrientos

Durango, México. iram.vargas@hotmail.com

Abstract: An emblematic building in Durango, Mexico, is Escárzaga’s palace, erected in 1898 and used in 2013 as infrastructure for the City Museum, in the celebration of the 450th anniversary of the capital’s founding. Towards the commemoration of the 457 years, the museum’s discursive order was restructured and the rooms that compose it, one of them being dedicated to the Durango kitchen. For this, the *Conservatorio de la Cultura Gastronómica Mexicana Capítulo Durango* was chosen as curator, an organism dependent on UNESCO and promoter of local cuisine. The challenge consisted of elaborating a new museum script that portrayed the local food realities, being necessary to modify the space and the kitchen, since it was a model of “typical” Mexican cuisine, far from representing the spaces that identify the state of Durango. The following discussion proposal has the goal of exposing the mishaps and scopes of the restructuring of the room as a resistance to the archetype of cuisine of the Mexican center, and the representation of the Durango kitchen as an exercise of vindication of the characteristic elements of the local culinary culture.

Keywords: restructuring, kitchen, Durango, museum, Mexico, food.

Resumen: *Un edificio emblemático de la ciudad de Durango, México, es el palacio de Escárzaga, erigido en 1898 y usado en 2013 como infraestructura para el Museo de la Ciudad, en la celebración de los 450 años de la fundación de la capital. Rumbo a la conmemoración de los 457 años, se reestructuró el ordenamiento discursivo del museo y las salas que lo componen, siendo una de ellas la dedicada al espacio del fogón duranguense. Para esto, se eligió como curador al Conservatorio de la Cultura Gastronómica Mexicana Capítulo Durango, organismo dependiente de la UNESCO y promotor de la cocina local. El reto consistió en elaborar un guion museológico nuevo que retratara las realidades alimentarias locales, siendo necesario la modificación del espacio y del fogón, pues era un modelo de la cocina “típica” mexicana, lejos de representar los espacios que identifican al estado de Durango. La siguiente propuesta de discusión tiene como fin exponer los percances y alcances de la reestructuración de la sala como resistencia al arquetipo de cocina del centro mexicano, y la representatividad del fogón duranguense como un ejercicio de reivindicación de los elementos característicos de la cultura culinaria local.*

Palabras clave: reestructuración, cocina, Durango, museo, México, alimentación.

Citar como: Vargas, J.I. (2021). Reestructuración de la “cocina tradicional”. El Museo de la Ciudad y la sala de la cocina duranguense. En *Actas del II Congreso Internacional sobre Patrimonio Alimentario y Museos*. 11-12 noviembre, 2020, Valencia, España. pp. 101-116.

1. Introducción

Un museo regional es una institución ligada al servicio público cuyo fin es recuperar, preservar e interpretar la memoria colectiva y representar a través de colecciones y discursos expositivos la identidad de la comunidad que lo precede. El gran reto para un museo con esta tipología, es la selección de los caracteres identitarios de la sociedad, pues determinan su estructura interna y el mundo histórico-material que se exhibe en sus salas, además genera una propuesta de patrimonio local, que puede o no coincidir con la posesión cultural que la comunidad define.

La configuración del guión museográfico, en este caso, se puede construir de manera temática, abordando los elementos convencionales que particularizan al individuo y a la sociedad. Una forma práctica de hacerlo es representando las manifestaciones culturales que generan ó hacen uso de una gran cantidad de objetos materiales y simbólicos posibles de exhibirse en el espacio museal: la vestimenta, las actividades económicas, las artes, la tecnología y/o la alimentación.

Para el caso de esta última, las representaciones museográficas convencionales son de las actividades propias del sistema alimentario, especialmente las que se tienen lugar en los espacios rurales y que dan cierto carácter a la localidad, como la vocación ganadera o agrícola de especies vegetales específicas. Está también la recreación del cuarto del fogón, donde se imitan los espacios domiciliarios en que se transforman los alimentos.

A través de un guión museográfico que pondere a la alimentación como objeto de estudio, es posible acercar al visitante las formas comunes en que la sociedad representada se hace de su comida, los espacios cotidianos para su elaboración y el mundo material necesario para las tareas propias de la alimentación. Es por lo tanto un oportunidad para reflexionar y explicar la complejidad detrás del fenómeno alimentario local, lo que implica un gran reto en el diseño del guión y su ejecución.

En la presente comunicación se discute la planeación y puesta en marcha de la sala representativa de la cocina típica duranguense en el Museo de la Ciudad 450, espacio relativamente nuevo y cuya recién reconfiguración trajo consigo un encuentro de intereses entre las autoridades coordinadoras del proyecto.

2. Objetivos

Esta comunicación busca en primer lugar, exponer la experiencia surgida en la reconfiguración de la sala de la cocina de Durango en el Museo de la Ciudad 450, tanto los pormenores administrativos, económicos y organizacionales como los retos propios de la gestión cultural. En segundo término, mostrar la nueva propuesta de la sala como una reivindicación a la cocina representativa de la cultura ranchera duranguense, que tiene mayor cabida en la memoria colectiva y que legitima la historia agrícola y ganadera del estado y la capital. Y en tercer lugar, demostrar que la nueva propuesta es una forma de resistencia al imaginario nacional totalizador de la cocina mexicana, que ha generado una visión estrecha de la pluralidad de las cocinas que integran al patrimonio culinario nacional, especialmente en cuanto refiere a las manifestaciones alimentarias nortteñas de la República.

3. Desarrollo de la innovación

3.1. Sobre la cocina del la ciudad de Durango, México

La ciudad de Durango se erigió como capital de la Nueva Vizcaya en los valles centrales del Septentrión Novohispano, estratégicamente junto a un cuerpo de agua permanente y muy próxima a una serie de manantiales que brotaban en las faldas de un cerro. El arroyo proveía de agua a la población de españoles asentados a un extremo de la acequia mientras que, a manera de guardarraya, separaba y abastecía a la misión de indios conocida como Anasco.

La cocina como espacio en la ciudad de Durango inicio con el poblamiento español y la edificación de casas con cuartos delegados a ciertas tareas. Paulatinamente, al antiguo fogón castellano que se encontraba al nivel del suelo, se adoptaron las tecnologías tradicionales de los grupos nativos y los instrumentos de los indios mesoamericanos, especialmente aquellos para la transformación del maíz como el metate y el comal.

La consolidación y permanencia de la ciudad requirió satisfacer las necesidades básicas de sus pobladores, siendo el alimento una preocupación intrínseca que se fue resolviendo con los recursos naturales disponibles así como con los alimentos mesoamericanos y europeos que se iban introduciendo a las tierras novovizcaínas. En la ciudad se trazaron los cuadros destinados a la faena agrícola, donde se sembraron especies endémicas como maíz, frijol y calabaza, así como especies del viejo continente como el trigo y la avena, mientras que en los agostaderos campeaba el ganado mayor y menor. Surgió así una cocina mestiza entre los braceros españoles e indígenas, particularizada desde sus inicios por la necesidad de preservar suficiente alimento en los periodos de clima agreste y de vegetación escasa.

El medio natural ofrecía una diversidad de especies animales y vegetales estacionales que eran aprovechados por los grupos indígenas nativos, siendo los procesos de conservación como la salazón o la exposición al aire y el sol, actividades habituales de subsistencia para prolongar la vida útil de esos recursos. Estas técnicas fueron enriquecidas con los conocimientos españoles sobre la conservación de las frutas, vegetales y proteínas animales aclimatados a las planicies septentrionales.

De esta manera la cocina de la ciudad de Durango se ha caracterizado por una variedad de alimentos incorruptibles, envasados y procesados en concentraciones altas de vinagre, sal o azúcar, la transformación de las carnes en tasajos o embutidos, la fabricación de productos lácteos como queso, requesón o jocoque, la preferencia por el chile colorado deshidratado y las preparaciones que permiten el aprovechamiento oportuno de la merma y la recuperación de nutrientes como los caldillos o los guisos aguados.

4. La sala de cocina en el Museo de la Ciudad 450

4.1. La primer propuesta

En junio de 2013, en el marco de la celebración de los 450 años de la ciudad de Durango, el gobierno del Estado puso en marcha un amplio programa de actividades enfocadas al rescate y preservación de las raíces históricas de la identidad duranguense, dentro del cual estuvo comprometido el paisaje urbano con la traza de dos plazas nuevas, la reconstrucción de fachadas y la creación de espacios para la difusión cultural.

Es en este gran festejo la apertura del Museo de la Ciudad 450, teniendo como sede el antiguo Palacio Municipal donde residía el H. Ayuntamiento del estado, también conocido como el Palacio Escarzaga, situado en el centro histórico de la ciudad en la esquina entre las calles 20 de Noviembre y Victoria, a menos de 100 m de la plaza principal. La instauración del museo era parte del proyecto estatal de generar referentes de la identidad duranguense para fortalecer y reafirmar el carácter capitalino, siendo además, un eje cardinal para futuros proyectos de modernización. (Saldaña, 2016)

La adecuación de una casona porfiriana a un museo regional fue una tarea que corrió a cargo de las autoridades gubernamentales, diseñando 15 salas para la representación de la historia del edificio, de la ciudad y de los íconos de la personalidad del duranguense.¹ Así, se distribuyeron las antiguas habitaciones/oficinas en bloques temáticos: la cultura indígena, la iconografía del alacrán, la actividad cinematográfica, la flora y fauna local, la historia general regional, la producción artística y la sala de la cocina típica.

El espacio destinado para la sala de la cocina es de 54 m² con un techo a 5 m del suelo en la segunda planta. Cuenta con dos ventanas amplias, una con vista a la calle principal y la otra con una vista a uno de los patios de la casona y un vitral representativo del museo. Hay dos accesos que conectan con las salas del cine duranguense y de los trajes típicos indígenas.

La propuesta en la apertura del museo consistió en un brasero adosado a la pared, que seguía el patrón clásico de las cocinas del siglo XVIII (Suárez, 1997); una construcción de 1 m de alto en forma de L con 3 boquerones para introducir leños y 3 orificios para exponer las cacerolas al fuego vivo. La pared sobre esta estructura estaba cubierta de azulejos color terracota y sobre la misma había una construcción que simulaba una campana de mampostería en la que se colgaban utensilios como sopladores y tarros de barro.

Sobre esta misma estructura estaban depositados algunos artículos como una báscula de hierro, facsimilares de medicamentos extranjeros de principios del siglo XX, mazorcas, canastas tejidas con maíz desgranado, bateas con chiles secos, metates, molcajetes, cacerolas de barro y ollas de peltre. Todo lo mencionado se encontraba sobre una base construida resacada del piso de la sala, lo que funcionaba también para delimitar el espacio y evitar la manipulación de los objetos por los visitantes.

En el resto de la sala se encontraban sillas tejidas coloridas y una pequeña alacena con algunas conservas en diferentes recipientes, una repisa con la imagen de San Pascual Bailón, un banco lechero, un drenador de suero de madera, una prensa de quesos, una desgranadora (olotera), un recetario en una base móvil y dos mamparas con información sobre la cocina duranguense (Figura 1).

La propuesta tenía objetos con los que se podía identificar el visitante local pero carecía de mobiliario y otros elementos característicos de una cocina duranguense. La estructura, constitución y tocados de la sala, en un primer análisis, era posible determinar que seguía el modelo hegemónico de la cocina mexicana del centro de la República. El fogón imitó al icónico brasero

¹ <https://www.elsiglodedurango.com.mx/noticia/524369.un-recinto-cultural-en-un-sitio-emblematico-museo-de-la-ciudad-450.html>

de pinturas decimonónicas de las cocinas poblanas, que a la fecha, por su popularidad se han decantado como parte del imaginario de la cocina tradicional mexicana².

A mediados del siglo XX, a través de diferentes proyectos nacionales de divulgación editorial se consignaron las primeras cocinas regionales del país, exaltando en un marco espacial platos estatalmente populares (Juárez, 2013). Durante este proceso, el estado de Durango, de acuerdo a su aparición en las publicaciones de época, parece estar ausente, al menos hasta finales del siglo XX con algunas menciones en textos de compilaciones de recetas. ¿Sería el caso que la sala del fogón duranguense se construyera siguiendo el modelo clásico que permea en el imaginario colectivo de la cocina tradicional, dada la tardía representación de su cultura culinaria?



Fuente: <https://durango.com.mx/sabores-de-durango-en-el-museo-de-la-ciudad-450>

Figura 1. Primer propuesta de la sala.

Habría que pensar que con la promoción del turismo de la segunda mitad del siglo XX y la aparición de las primeras aproximaciones históricas de la cocina mexicana (Pilcher, 2001), condensaron en una resumida lista de platillos el espectro representativo de la cocina nacional, lo que incluyó los espacios de transformación y las formas de presentar la comida, construyendo por lo tanto una idea general del aspecto y composición de aquello denominado culinariamente "mexicano".

No solo el claro ejemplo del brasero ilustra esta idea, la disposición de otros elementos más sutiles en la sala como trenzas de ajos o una rama tallada para colgar hierbas de olor no son

² Habría que considerar también que en 2010, la declaratoria de la cocina del país como patrimonio de la humanidad propuso a la cocina michoacana como el gran paradigma mexicano, perpetuando una imagen folclórica y universal de la cocina nacional hasta nuestros días.

técnicas y utensilios encontrados en la memoria duranguense pero si es posible asociarlos al arquetipo de una cocina típica.

Un último ejemplo que valida este argumento es la devoción a San Pascual Bailón expuesta en la sala, que aún siendo reconocido universalmente como el santo de las cocineras y cocineros, es atípica su contemplación en las cocinas norteñas, donde existen figuras religiosas asociadas al hambre y al abasto, pero no al oficio del arte culinario, que tendría incluso que ver con la generosidad de la geografía mesoamericana, donde si tiene un culto.

La selección de la colección de la sala y el guión museográfico parece que tuvieron como primicia la representación de un espacio atractivo al turista, para que identificara elementos estereotipados de una cocina tradicional, más que propiciar un dialogo entre el visitante local y las piezas de la sala, finalmente, era parte del magno proyecto de promoción de la identidad duranguense, cuya intención estaba inclinada en generar productos turísticos.

Posteriormente, la sala tuvo adecuaciones mínimas, algunas perdidas de artículos de exhibición ó reacomodo de los mismos, pero su estructura quedó inamovible desde su apertura hasta su remodelación en septiembre del año 2020.

4.2. La segunda propuesta

En junio de 2020, la nueva dirección del Museo de la Ciudad 450 emprendió la remodelación de las salas y la apertura de un espacio dedicado al arte plástico local y nacional, como parte de los festejos del aniversario de la ciudad para julio del mismo año. Los cambios fueron en las colecciones expuestas en algunas salas o la temática especializada en ellas, se añadió o retiró mobiliario y se rediseñó la identidad gráfica del mismo.

En su plan de acción, se extendió la invitación al Conservatorio de la Cultura Gastronómica de México Capítulo Durango, organismo apéndice de la matriz CCGM situada en la capital de la República, y que desde su constitución legal en 2018 en la ciudad de Durango, se fue posicionando como un referente de la cocina tradicional duranguense, colaborando en diferentes proyectos de divulgación y rescate de la cultura culinaria.

El rediseño de la sala, que resultaba alentador, aparentemente tenía puertas abiertas para modificarse cuantos cambios fuesen necesarios, tanto en el guión museográfico, la distribución del espacio y la colección expuesta. De esta manera comenzó la gestión de la sala y los primeros esbozos para la representación de una cocina lo más fidedigna posible.

La primer pregunta que surgió fue ¿cuál cocina representar?, ya que la diversidad del departamento culinario duranguense variaba de acuerdo a las 4 regiones geográficas principales del estado (CCGD, 2016)³. Sin embargo, la propuesta tenía que ceñirse a la proyección del museo a lo local, siendo entonces necesario mostrar una cocina con características del fogón tradicional de la zona de los valles, donde geográficamente se ubica la capital. Posteriormente se tuvo que determinar la temporalidad, pues los recursos tecnológicos de una cocina de principios del siglo XX distanciaban de una de finales, además, estaba la disyuntiva de la cuestión socioeconómica, pues era sustancialmente diferente la cocina de la elite a una popular.

³ Convencionalmente se pueden localizar 4 regiones geográficas: quebradas, sierra, semidesierto y valles aunque también existen regiones culturales que atraviesan la división natural clásica y geopolítica.

Estos planteamientos fueron necesarios para reflexionar en las narrativas que se querían representar, y determinar el mundo material que debía integrar la colección expuesta para ser una postal verídica del pasado. De tal manera, se ponderó la musealización de la cocina ranchera, cuya presencia en la ciudad estuvo ligada a las tareas agrícolas y ganaderas de la capital antes del proceso de modernización de finales del siglo XIX (Vargas, 2019), y que aún podía verse en comunidades campesinas, rancherías y municipalidades en los límites o cercanas de la capital del estado.

Las fuentes principales para bosquejar una primer estructura de la sala fueron estudios históricos sobre la composición material de estos espacios (Vargas, 2019), entrevistas semiestructuradas a ciudadanos adultos que vivieron la migración del campo a la ciudad durante su juventud y las memorias familiares de los integrantes del CCGD.

El fogón de las cocinas rancheras duranguenses es una estructura alta adosada a la pared, construida de adobe, piedra o cemento y ladrillo. Su altura es de aproximadamente un metro, en cuanto sea ergonómica la manipulación de los alimentos. Sobre esta misma ya hace un comal apoyado en tres tinamastes⁴ o una base elaborada del mismo material con un orificio donde se introduce los leños para alimentar la llama que enardece el comal donde se ponen los cazos y se calientan las tortillas. La salida del humo es a través de la tronera, que es un conducto elaborado del mismo material o de fierro con salida al exterior. El hollín que se escapa de las fisuras de la chimenea, pinta de negro las superficies del fogón y las paredes de la habitación, dando matices propios de la cocina de leña.

El calor que desprende se aprovecha para secar tasajos de carne que se cuelgan de un cordel, a la misma elevación del zarzo, una rejilla suspendida al otro lado de la cocina donde se depositan los orejones, chiles secos y quesos enchilados para mantenerse frescos.

La alacena ranchera en un mueble alto de madera con malla mosquitera, o bien, una adobera, que consiste en un marco de madera empotrada en la pared donde se guarnece toda una selección de conservas dulces y saladas.

Por lo tanto, la propuesta del CCGD fue acondicionar la sala a las características de la cocina de rancho, siendo necesario retirar la campana, tapar los boquetones del fogón y elevar el orificio donde se introducen los leños y donde descansa el característico comal de fierro, material que representa la vocación minera de la ciudad que ha persistido desde su fundación.

Un objetivo en la remodelación de la sala fue recuperar atmósferas pasadas y experiencias colectivas que suscitara a los visitantes locales un sentido de pertenencia con la exhibición, pero el valor de la sala resultaba solamente simbólico, pues no existía un patrimonio histórico en su resguardo sino la recreación de una escenografía doméstica con reproducciones contemporáneas.

Por tal, se propuso la adquisición de mobiliario genuino y artículos con un valor histórico que respaldaran la integridad del discurso de la cocina tradicional y que contextualizaran el espacio con la estética original, dando sentido a los usos del lugar y de las piezas (García, 2014)⁵. De esta manera se integró a través de comodato, una alacena con mosquitero de principios del siglo XX,

⁴ Piedras ovoides donde se deposita el comal

⁵ Las musealización de la cocina puede contemplarse como parte de la estructura de una casa museo y construir su discurso de acuerdo a tres factores: estético, contextualizador y de cotidianeidad de formas de vida.

un cuarterón para maíz de finales del siglo XIX, y un molino de mano de mediados del siglo XX, elementos que al ser localizados traían consigo una historia personal de sus donantes que coincidía con la migración campo/rancho-ciudad.

También se sustituyó la imagen de San Pascual Bailón por la de la Virgen del Refugio, patrona de los comerciantes y cuya devoción es de una larga tradición por los locatarios del mercado de la ciudad "Gómez Palacio", además, la imagen expuesta de la virgen es convenientemente un objeto histórico de principios del siglo XX, lo que empata con la temporalidad a la que se inclina la escenografía museal.

Para complementar el espacio de la sala fue necesario la confección *ex profeso* de tres elementos que sumaran al ambiente (Castillo, 2016)⁶ de la cocina el carácter "ranchero": la mesa principal, los bancos de madera y el zarzo⁷.

Otros elementos igualmente importantes fueron los manteles bordados, el mandil de cocina, los canastos tejidos, hierbas comestibles, chuales⁸ y la diversidad de conservas que se integran a las alacenas.

5. Resultados

La renovación del museo, como ya se mencionó, respondía a la conmemoración del 457 aniversario de la ciudad de Durango, evento que había mermado actividades con las medidas correspondientes a la contingencia del COVID-19. La decisión por parte de las autoridades del Museo de la Ciudad 450, fue continuar con el proyecto y presentar su apertura para mediados del mes de julio, fecha tentativa a cambiar según las normas establecidas para la salud pública y lo permisible de acuerdo al semáforo nacional.

La sala debía estar lista con todas las adecuaciones en un plazo de un mes y medio, la fecha límite convenientemente pudo postergarse hasta septiembre, siendo tiempo suficiente para la creación de contenido museológico, y la compilación de las colecciones.

Con el reacondicionamiento de la sala contigua dedicada a la producción cinematográfica, elementos como marmitas, bancos, peroles y pichers, que se usaron como *props* en películas western y luego como objetos museográficos, fueron recolocados por la dirección del museo en la sala de la cocina por su aparente relación con la manipulación de los alimentos. La sorpresa de ver estos objetos integrados a la colección dejó en claro que la visión de la sala de la cocina por parte de las autoridades del museo no tenía claro el sentido de la intencionalidad que el CCGD buscaba exhibir (Figura 2).

La gestión de elementos que complementarían al espacio, como vajillas de peltre, cacerolas de barro, tronera de aluminio y comal de fierro, fueron postergados a fechas inciertas por la dirección del museo ó declinados y/o entregados con características que no se acomodaron a

⁶ El autor del texto propone 5 sistemas de los muebles museográficos: la exhibición del mueble como complemento de otras obras, su exposición aislada en pequeños contextos, su exhibición en un ambiente original, la disposición del mueble como elemento creador de ambientes y su situación en un entorno neutral para destacar sus características.

⁷ Rejilla de madera suspendida del techo donde se colocan alimentos para su refrigeración aprovechando las corrientes de aire que se generan en la cocina.

⁸ Mazorcas de maíz cocidas y deshidratadas.

la estructura propuesta por el CCGD. La cuestión económica y la priorización a otras salas que representaban valores de un cierto público, como la sala de arte nacional y de las reinas de la ciudad, fue una razón para justificar la imposibilidad de cumplir con la requisición de material y elementos para la sala de la cocina.



Fuente: Jaime Iram Vargas Barrientos, (2020).

Figura 2. Sala de la cocina con mobiliario de otros espacios del museo.

Aunado a esto, la instalación de las primeras piezas, como la mesa central, fue objeto de crítica por no ser estéticamente adecuada a los códigos de percepción idealizados para la sala. Nuevamente, el prototipo de cocina mexicana que aún estaba en las representaciones mentales de la dirección del museo, chocaba con las realidades materiales, estéticas y funcionales de la cocina ranchera duranguense.

6. Conclusiones

La construcción de un guión museográfico para la sala de la cocina de Durango requirió un ejercicio reflexivo sobre el patrimonio alimentario local y en los mismos conceptos de tradicional y típico. Trabajar con el antecedente de la primer propuesta fue útil para entender las intenciones del diseño museal y su ejecución alineada a los discursos patrimoniales hegemónicos sobre cocina mexicana.

Por lo tanto, generar una propuesta que reprodujera las realidades de los espacios domésticos de la alimentación duranguense, trasgrediría los paradigmas ya establecidos sobre la estética folclórica de la cocina y la función misma de su representación.

Finalmente, en el trabajo curatorial se optó por la exhibición de una cocina con características ligadas al campo y con una justificación histórica. Internamente se creó la categoría de cocina ranchera para designar a esta cocina en el discurso museográfico, pero también para poder atribuirle ciertos valores y características ligadas a las percepciones de lo "original".

Sintetizar en una categoría la diversidad de la cultura culinaria en los espacios rurales de Durango, corría el peligro de limitar el carácter poliédrico del hecho alimentario, sin embargo, fue necesario construir esta tipología con los elementos más distintivos de la misma para su interpretación en el guión museográfico y su representación en la sala.

El gran reto en este ejercicio fue la elección de los elementos que integraron la colección y las narrativas que se depositaron en ellos, pues el proyecto de la sala es una propuesta de patrimonio alimentario que hasta cierto punto, al encontrarse en un marco institucional, puede generar sensaciones de veracidad, al ser una herramienta que propicia el sentido de pertenencia geográfico y social a elementos preestablecidos.

En este sentido debe replantearse la función turística del museo regional y las salas, pues las visitas por parte de los locales pueden ser más significativa que una actividad recreativa, si no como una parada para reconocer el patrimonio exhibido como propio (Smith, 2006).



Fuente: Jaime Iram Vargas Barrientos, (2020).

Figura 3. Composición actual de la sala de la cocina del Museo de la Ciudad 450.



Fuente: Jaime Iram Vargas Barrientos, (2020).

Figura 4. Composición actual de la sala de la cocina del Museo de la Ciudad 450.

Bibliografía

Castillo Álvarez, S. (2016). "Las exposiciones monográficas de mobiliario en España (1912-2013): Tipologías versus recreación de ambientes" en *Res Mobilis. Revista internacional de investigación en mobiliario y objetos decorativos*, Vol. 5, nº 6 (II), pp. 386-402. <https://doi.org/10.17811/rm.5.2016.386-402>.

Conservatorio de la Cultura Gastronómica de Durango (2016). *La comida tradicional de Durango, una agasajo al paladar*. México: Artes Gráficas La impresora.

- García Ramos, M.D. (2014). "La musealización del espacio doméstico: casas museo de recreación de ambientes" en *Ámbitos*, n° 32, pp. 77-89.
- Juárez López, J.L. (2013). *Nacionalismo Culinario. La cocina mexicana en el siglo XX*. México: CONACULTA.
- Pilcher, Jeffrey M. (2001). *¡Vivan los tamales! La comida y la construcción de la cocina mexicana*. México: Ediciones de la Reina Roja.
- Saldaña Marsical, M.I. (2016). *Memorias de Durango, 450 años*. México: Agencia Promotora de Publicaciones S.A. de C.V.
- Smith, L (2006) *Uses of heritage*. EUA: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203602263>. Suarez y Farías, M.C. (1997). "De convulsiones y revoluciones culinarias en los siglo XVIII y XIX" en *Artes de México, los espacios de la cocina mexicana*, 36, 52.
- Vargas Barrientos, J.I. (2019) *Alimentación y sociedad. La cocina de Durango a través de sus recetarios a mediados del siglo XIX*. Tesis para lograr el grado de Maestría. Durango: Instituto de Investigaciones Históricas de la UJED, <http://iih.mx/> [Consulta: 15 de Septiembre 2020].
- Vargas Barrientos, J.I. (2019). "Intertextualidad en la cocina: Saberes e influencias en los recetarios de Durango a mediados del siglo XIX" en *Revista de Historia de la Universidad Juárez del Estado de Durango*, No. 11, pp. 179-204. <http://revistahistoria.ujed.mx/index.php/revistahistoria/article/view/132> [Consulta: 01 de Septiembre 2020].

LA GASTRONOMÍA Y LA DESCONTEXTUALIZACIÓN DEL PAISAJE AGRARIO

Santos Ruiz Álvarez, Sara Aymerich García

Museo del arroz. Valencia. aymerich@arrozdevalencia.org

Abstract: What do we think of when we talk about rice? In the paella. Many times, even the Valencians forget what is the most important thing about this delicious dish. Rice, a cereal with a great global economic impact and cultural. The diffusion of the different products has been done in the best way, speaking of gastronomy, describing and making known a product, a dish and its tradition. But in this discourse the information is diluted, we focus on the experiences and emotions that they offer us, but we focus on the final product and put aside the work of farmers, millers and the landscapes in which they grow up.

Keywords: gastronomic heritage, food, culture, gastronomy, agricultural landscape.

Resumen: *¿En qué pensamos cuándo hablamos de arroz? En la paella. Muchas veces, incluso los valencianos olvidamos qué es lo más importante de éste delicioso platillo. El arroz, un cereal con un gran impacto económico mundial y por supuesto, cultural. Está claro que, la difusión de los diferentes productos se ha realizado de la mejor manera, hablando de gastronomía, describiendo y dando a conocer un producto, un plato y su tradición. Pero en este discurso se diluye la información, nos centramos en las experiencias y emociones que nos ofrecen, pero nos centramos en el producto final y dejamos de lado la labor de los labradores, molineros y los paisajes en los que crecen.*

Palabras clave: patrimonio gastronómico, alimentación, cultura, gastronomía, paisaje agrario.

Citar como: Ruiz Álvarez, S., Aymerich García, S. (2021). La gastronomía y la descontextualización del paisaje agrario. En *Actas del II Congreso Internacional sobre Patrimonio Alimentario y Museos*. 11-12 noviembre, 2020, Valencia, España. pp. 113-126.

1. Introducción: gastronomía, patrimonio intangible

“Las penas con pan son menos.”

Miguel de Cervantes

La alimentación es un bien ineludible. La conducta alimentaria se deriva de una actividad fundamentalmente biológica. Es indispensable ingerir alimentos, pues nos proporcionan la energía y nutrientes que el organismo de cualquier ser vivo necesita. *Pero los seres humanos hemos hecho de esa necesidad vital una compleja construcción cultural* (Samper, 2019).

La forma en que nos alimentamos no sólo depende del sujeto, es un sistema intrincado en el que intervienen una serie de representaciones, espacios y procesos, saber y conocimientos. Como la agricultura propia de cada región, los frutos que han brotado en el campo de forma natural y los que, legado de otras culturas, han llegado hasta nosotros, se han adaptado al territorio y han sido aceptados y asimilados por la población. Y cómo no, el legado culinario: forma de cocinar, condimentar, servir y saborear los diferentes productos y la interiorización colectiva recreada diariamente.



Fuente: elaboración propia.

Figura 1. Fiesta de la siega.

Todos estos actos y conocimientos compartidos por individuos de una cultura o grupo social, se entienden como pilares fundamentales y fundacionales que conforman su identidad. Se entiende entonces la gastronomía, no como una actividad aislada, sino como un proceso social unido a sus productores y otras manifestaciones culturales como las actividades de

socialización o la tradición religiosa¹. Como indica (Fusté-Forné, 2016b) “Entre estos paisajes, los gastronómicos no son únicamente manifestaciones del patrimonio culinario, sino que emergen como asociaciones intangibles entre un lugar determinado y su comida”.

Además, el reconocimiento de la UNESCO al patrimonio gastronómico como bien inmaterial en 2010 pone de relevancia la gastronomía y su relación con el entorno, las asociaciones intangibles entre los sujetos y su legado culinario, y dice así:

La importancia del patrimonio cultural inmaterial no estriba en la manifestación cultural en sí, sino en el acervo de conocimientos y técnicas que se transmiten generación en generación. El valor social y económico de esta transmisión de conocimientos (...).

2. Objetivo

Nuestro objetivo es examinar el consumo de la cultura del arroz valenciana, desde el punto de vista gastronómico y cultural. Proponemos una cadena de consumo en la que implicamos, lo que consideramos los elementos dentro del proceso de consumo alimentario:



Fuente: elaboración propia.

Figura 2. Proceso de consumo.

Entendemos como comensal el sujeto que va a consumir un producto gastronómico elaborado. Es decir, un plato o una receta cocinado en casa o en un restaurante. Cada ciudadano se convierte en comensal tres veces al día y su motivación para escoger un plato u otro depende de muchos factores: rasgos psicológicos, culturales, socioeconómicos... De algunos el comensal es consciente, de otros no. Por ejemplo, un turista en València escogerá casi con seguridad comer al menos una paella durante su estancia. Ese turista sabe que la paella forma parte de la cultura local (es un plato típico diría él con otras palabras) Pero detrás de esa receta existen otros valores que él desconoce: las características del arroz utilizado (variedad, tipo, grado de elaboración), el ecosistema en el que se ha cultivado (un parque natural), las tradiciones culturales ligadas a ese cultivo (*el cant de batre*)...De alguna manera ese plato de paella encierra un patrimonio cultural interesantísimo que el comensal tiene derecho a conocer.

¹ Rosales, R. C. (2001). Museos y patrimonio gastronómico. *Turismo y Patrimonio*, (3), 69-81.



Fuente: elaboración propia.

Figura 3. Paella.

Degustar un plato, es más significativo que su labor culinaria: es un nuevo escenario en el que productores, elaboradores y cocineros se suman al valor cultural del plato.

El diccionario de la Real Academia de la lengua define a la gastronomía como un arte, ya sea al preparar una comida como al consumir un plato. Pero también incluye los usos culinarios de una región determinada. Nuestra propuesta es incluir a la gastronomía en la difusión del patrimonio alimentario sin romper la cadena. Intentar que su propuesta no quede únicamente en un producto final. Atendiendo a diferentes propuestas más recientes la cocina historicista, o el movimiento *Slow food* vemos que poco a poco, la gastronomía va incorporando la cultura como un valor intrínseco de la receta. Más allá del sabor y de las texturas, aparecen en el plato otros valores como la historia o el medio ambiente.

3. Desarrollo

El patrimonio gastronómico no sólo se crea, también se consume. Más allá del reconocimiento del patrimonio relativamente actual, la industria del turismo ha puesto la atención en el fenómeno de la gastronomía como un valor añadido a la experiencia turística. También en los hogares la gastronomía se ha colado como una actividad que va más allá de la alimentación y el hedonismo. Cocinar en el hogar es, en muchas ocasiones, una opción que libremente adquiere

el ciudadano para invertir su tiempo. Una opción cuya motivación no es la mera necesidad de alimentarse, ni tan siquiera de comer algo rico. El mercado le ofrece a ese consumidor una infinidad de propuestas más sencillas y prácticas para conseguir una comida saludable y sabrosa. Cocina porque disfruta con esa actividad. Desde ese punto de partida, el cocinillas está abierto al hecho cultural que envuelve la gastronomía.

3.1. Gastronomía: nacimiento de la cocina moderna española del siglo XIX y comienzo del XX

El dominio francés desdibujó la cocina tradicional y comenzaron a producirse reacciones en favor de la cocina tradicional española. *La mesa moderna* fue el primer gran intento de fundar una cocina nacional². Cuestiona, por ejemplo, el por qué publicaban los menús en francés (cuando los comensales sólo hablaban castellano) hasta valorar las inquietudes gastronómicas de la época y la ausencia de recetarios de calidad, pues solo imitaban ridículamente la cocina francesa.

"(...) Mencionaré, por último, las listas de tres convites oficiales dados por Don Alfonso XII (...). Con pena, pero con lealtad, diré á usted, respetable maestro, las faltas y las sobras que según mi entender tienen las listas de los banquetes dados por el excelso Rey Don Alfonso XII, Pacificador de España. Me duele, en primer lugar, verlas escritas en lengua francesa, cuando se trata de un Monarca castellano, admirador del Quijote y entusiasta del manco de Lepanto"³.

Los siglos XIX y XX fueron muy fructíferos, los apasionados de la cocina española se ocuparon de la práctica y divulgación de la cocina. Como la condesa Pardo Bazán, que escribió entre otros libros "La cocina española moderna" y "La cocina española antigua"; "El practicón" o el "diccionario culinario" de Ángel Muro, entre los más conocidos. La conciencia de la cocina como señal identitaria se fue extendiendo. Así lo vemos reflejado en 1904 podemos ver el primer stand español en la Exposición Universal de San Luis con muestras culinarias tradicionales, tal y como demandaba el mismo Doctor Thebussem y José Castro Serrano en "La mesa moderna".

Los cocineros tampoco se quedaron atrás, Ignasi Domènech fue autor de más de treinta libros de cocina, docente y editor en varias revistas gastronómicas. Teodoro Badají, José Rondissoni, o el periodista y gastrónomo Dionisio Pérez Gutiérrez con su obra *Guía del buen comer español* y su multitud de escritos en prensa que mostraban una cocina nacional y regional. La Marquesa de Parabere, famosa por su libro *Confitería y repostería* 1930 o por su restaurante "el Parabere" junto a la Puerta del Sol. Y cómo no nombrar a Simone Klein Ansaldy (también conocida como Simone Ortega) y su obra *1080 recetas de cocina* que llegó a todas las casas por su gran utilidad y pragmatismo.

En el siglo XX los libros de cocina han sido miles, obras de hombres y mujeres. Reescribir la tradición culinaria en la cocina española fue una labor conjunta entre periodistas, escritores y gastrónomos.

3.2. La globalización de la alimentación: la revolución gastronómica del siglo XX

Podemos entender la Globalización como un amplio fenómeno que supone transformaciones sociales, el crecimiento del comercio, inversiones, viajes, etc. Las tradiciones alimentarias,

² Samper, M. Á. P. (2019). *Comer y beber*. Ediciones Cátedra.

³ Thebussem, Doctor, Castro y Serrano, José de, (1888). *La mesa moderna: cartas sobre el comedor y la cocina*. Madrid: Librerías de Fernando Fe y de Leocadio López Ed 2., p16.

también se ven afectadas, al igual que las culturas, pues no son estáticas, perduran en el tiempo, pero evolucionan al ritmo que lo hace la sociedad. La cultura está viva y siempre en crecimiento. Sin lugar a dudas, con la alimentación y la gastronomía sucede lo mismo. Todo contribuye: el modo de vivir, las transformaciones socioeconómicas, y la tecnología modifican no tanto los alimentos sino la forma de transformarlos y consumirlos. (Contreras y Gracia 2005).

De la misma forma y, avanzando en la historia gastronómica española, la cocina y la mesa cambiaron profundamente. Aunque la historia hable en favor del mestizaje, la globalización es más rápida, tanto en capacidad de cambio como al llegar a las diferentes esferas sociales a lo largo de todo el mundo.

El siglo XX La nueva cocina vasca de los años 70 fue el comienzo de un movimiento revolucionario español, inspirado por la "nouvelle cuisine" pero que ponía en valor la tradición local. Chefs como Juan Mari Arzak, Pedro Subijana o Karlos Arguiñano iniciaron un nuevo modo de cocinar que incorporaba las técnicas y los modos desarrollados por Paul Bocuse o los hermanos Troisgots al recetario y la despensa de su tierra. Detrás de ese ejercicio había una voluntad clara de reivindicar su cultura y su identidad.

Décadas más tarde, Ferrán Adrià revolucionaría la cocina mundial desde una perspectiva absolutamente distinta. Su cocina de vanguardia, rompe con todos los estereotipos clásicos, incluso con el peso de la herencia gastronómica, y experimenta con los alimentos de una forma rotundamente libre. A esta escuela también se le conoce como *Tecnoemocional*, regida por la creatividad del chef, este no crea un plato sino una obra de arte, con productos alimentarios de igual valor que cobran vida a través de la experiencia, emocional e intelectual del comensal. Este movimiento se preocupó mucho de comunicar que no planteaban ningún enfrentamiento con la tradición, sino que mostraban deuda y respeto por ella. Sin embargo, lo cierto es que incorporó alimentos, técnicas y recetas de todo el planeta. Popularizó las cocinas étnicas y la fusión y, desde ese punto de vista, contribuyó de manera significativa a la construcción de una gastronomía global en la que se desdibujan las identidades locales.

4. Resultado

Ribas y Mulet (2019) destacan tres momentos importantes en los que se ha priorizado la protección de los productos agroalimentarios, el paisaje agrícola y los usos culinarios:

- a. Aparición de la Denominación de Origen Protegida de vinos a principios del siglo XX en Francia.
- b. Proliferación de investigaciones e inventarios de productos agroalimentarios desde 1990 en los que se identifican los productos, su vinculación con el territorio y su correspondencia culinaria.
- c. Constitución del patrimonio cultural inmaterial declarado por la UNESCO a inicio del s. XXI.

La UNESCO ha tomado acciones los últimos años para promover la protección y difusión del patrimonio inmaterial. Lo compara a las obras de arte y monumentos que son recopilados y registrados y hace partícipes a las comunidades en su registro, inventariado e identificación

En 1998 nace el Consejo Regulador de la Denominación de Origen Arroz de Valencia y en el año 2003 se inaugura el Museo del Arroz de Valencia. Dos instituciones llamadas a rescatar y poner en valor el patrimonio cultural que envuelve al arroz.

4.1. La C.R.D.O. Arroz de Valencia

La Denominación de Origen Arroz de Valencia nació en 1998 en pos de la protección de la cultura gastronómica valenciana, sus productores y paisajes agrarios enmarcados, mayormente en el Parque Natural de la Albufera.



Fuente: elaboración propia.

Figura 3. Bodegón D.O. Arroz de Valencia.

Su propuesta pone de manifiesto las afirmaciones como las de Lyndt Prott: es una forma de resguardar el patrimonio inmaterial, con medios que contribuyen a la preservación, protección del patrimonio material e inmaterial.

Respaldados institucionalmente, su labor se ha centrado en dar a conocer y poner en relevancia las prácticas tradicionales que nacieron a través del arroz valenciano.

C.R.D.O. Arroz de València lleva desde sus inicios realizando acciones para difundir la cultura del arroz en València, podemos clasificarlas en:

- a. Formación en escuelas de hostelería, cursos gastronómicos prácticos y seminarios teóricos.
- b. Eventos: participación en eventos gastronómicos y creación de otros como el Tastarròs, la fiesta de la siega, Certamen de premios ... en lo que pretende acercar la cultura del arroz a la ciudadanía a través de eventos lúdico-culturales.
- c. Prensa: artículos sobre el arroz, el parque natural, los productores, etc. El gabinete de prensa se convierte en un medio de difusión cultural.
- d. Publicaciones y participación en congresos.

4.2. El Museo del Arroz de València

Los museos, muchas veces son entendidos como un lugar donde hallamos objetos de valor, pero en el caso del patrimonio gastronómico, hallamos un equilibrio entre lo material e inmaterial como valores mismos del patrimonio cultural, igual de importantes para su entendimiento. El significado del objeto dependerá finalmente de la percepción del receptor⁴.

El Museo del Arroz de València se encuentra en un edificio protegido. Se trata de un antiguo molino de arroz, datado a principios del siglo XX.

El edificio y su patrimonio industrial sirven para dar a conocer al visitante el proceso de elaboración del arroz. El museo reproduce fielmente y a baja velocidad, un molino arrocero y cada uno de los pasos que el grano recorre desde que llega del campo hasta que es envasado.

Sin embargo, la molinería es sólo un apartado del universo arrocero. Fuera de las paredes del museo queda un entorno natural modelado por el cultivo, un patrimonio arquitectónico ligado al arrozal, una música y unas tradiciones festivas ligadas al cultivo, una historia que se remonta 1200 años en los que el arroz ha formado parte de la sociedad valenciana y una gastronomía que es el reflejo de esa historia y ese paisaje.

El Museo del Arroz de Valencia, asume el reto de contribuir a todos los aspectos culturales del arroz. Por eso, además de la exposición permanente, se ha integrado un programa educativo de la cultura del arroz, ya sea en el propio Museo como en el Parque Natural de la Albufera y encuadra a todas las edades escolares, curiosos y hosteleros. Para nosotros estaba claro desde un principio que nuestro discurso integraría toda la cadena de consumo de un producto. Intentamos, a través de un amplio abanico de actividades, divulgar en torno a:

- a. La historia del arroz desde la introducción por los árabes hasta nuestros días, pasando por la época de prohibición, el posicionamiento del movimiento de la ilustración frente al cultivo, la figura de Josep Antoni Cavanilles como ordenador del territorio o el proceso de expansión del cultivo de finales del XIX.
- b. Los aspectos gastronómicos y culinarios del arroz (variedades, técnicas, físico-química del grano...).
- c. El entorno medioambiental en el que se desarrolla el arroz y su profunda interacción. (Flora, aves, fauna y su relación directa con el arroz).
- d. El valor etnográfico del arroz: sistemas de organización alrededor del manejo en común del agua, patrimonio arquitectónico, música y folclore, tradición oral...

5. Conclusiones

Haciendo un breve repaso a los autores y gastronomos que hemos comentado, muchos de los cuales también han publicado sus propias obras, observamos que, el producto es, en ocasiones, valorado y tratado en la bibliografía. Lo es, fundamentalmente, cuando hablamos de cocina tradicional o de mercado, y más cuando más reciente es la publicación. Sin embargo, ahí se rompe

⁴ Rosales, R. C. (2001). Museos y patrimonio gastronómico. *Turismo y Patrimonio*, (3), 69-81.

esa cadena de transmisión cultural de la que hablábamos el apartado de objetivos. Dejando completamente al margen el entorno natural, el cultivo y los aspectos etnológicos.

Si examinamos el índice de algunos libros más antiguos vemos como se limitan a enseñar nuevas recetas y trucos. Resulta ilustrativo el siguiente párrafo de la Condesa del Pardo en sus libros de cocina, cuando reivindicaba a una mujer moderna diciendo:

"Un bien fundado punto de honra impulsa hoy a muchas mujeres <de su casa>, y aun á bastantes no tan caseras, a cuidar de la mesa, para poder, sin excesivo gasto ni gran complicación, honrarla con manjares que antes parecían algo misterioso, reservado sólo á los privilegiados de este mundo".

En cambio, si prestamos atención a libros más modernos como Cocina con Joan Roca vemos que se abordan también aspectos nutricionales y en obras posteriores éste y otros cocineros abordarán también el producto, aunque lo harán, la mayoría de las veces, de manera muy somera. Pero en ningún caso la gastronomía llega a ligar el comensal con el total del patrimonio inmaterial que supone la gastronomía.

Aunque, tenemos claro que la definición de gastronomía debería incluir la valoración del entorno, las corrientes modernas que vuelven a la tradición culinaria y el legado, siguen pasando por delante de la producción de los alimentos como un hecho evidenciado e innecesario.

Del mismo modo que cocineros y cocineras han marcado nuestra historia, instamos a que los actuales y futuros gastrónomos se interesen y compartan el paisaje agrario y su cultura como una parte fundamental de su labor. Los restaurantes, grandes chefs y medios de comunicación cuentan diferentes recursos para su visibilidad, gracias a su reputación: página web, redes sociales, publicaciones, prensa, etc. Esta en su mano aprovechar esos recursos para acercarnos a las áreas rurales y que, a partir de la gastronomía, sean cada vez mejor conocidas y más apreciadas.

Bibliografía

- Aguirreitia Martínez, A., Fernández-Poyatos, M. D. (2015). *La gastronomía en la prensa española del siglo XIX*.
- Azuar Ruiz, R. (1988). Historia del pueblo valenciano. La época islámica. *Levante*.
- Díaz, I. (2010). La evolución de la alimentación y la gastronomía en España. En *La cocina en su tinta. Biblioteca Nacional: [22 de diciembre de 2010 a 13 de marzo de 2011]* (121-154).
- Fusté-Forné, F. (2016). Los paisajes de la cultura: la gastronomía y el patrimonio culinario. *Dixit*, 24(1), 4-16.
- Luján, Néstor. *Historia de la gastronomía*. Debate, 2019.
- March, L.; Santurio, A. (1998). *El libro de la paella y de los arroces*. Alianza Editorial.
- Samper, M. Á. P. (2019). *Comer y beber*. Ediciones Cátedra.
- Pinilla, V., Sáez, L. A. (2017). *La despoblación rural en España: génesis de un problema y políticas innovadoras*. Informes CEDDAR, 2.
- Prott, L. V. (2001). Some considerations on the protection of the intangible heritage: claims and remedies. *Safeguarding traditional cultures: A global assessment*, 104-110.

Ribas Serra, J., Mulet Pascual, M.(2019). Patrimonio alimentario, turismo y espectáculo. reflexiones en torno a un proyecto de desarrollo de experiencias turísticas gastronómicas. *Polisemias de la alimentación*. (77).

Rosales, R. C. (2001). Museos y patrimonio gastronómico. *Turismo y Patrimonio*, (3), 69-81.

Thebussem, Doctor, Castro y Serrano, José de, (1988). *La mesa moderna: cartas sobre el comedor y la cocina*. Madrid. Librerías de Fernando Fe y de Leocadio López (16).

UNESCO (2011). ¿Qué es el patrimonio cultural inmaterial? <https://ich.unesco.org/es/que-es-el-patrimonio-inmaterial-00003> [Consulta: Agosto 2020].

EL MUSEO DEL ACEITE “FELIPE VEGUE”

Virginia Rodríguez Vegue^a, Martín Lázaro García de Fernando^b

^aTécnico de Turismo, Ayuntamiento de Mora, Mora, Toledo, España. virginia.rodriguez@mora.es

^bConcejal de Cultura y Turismo. Ayuntamiento de Mora, Mora, Toledo, España. martin.lazaro@mora.es

Abstract: The “Felipe Vegue” Oil Museum reflects the work of our predecessors in a place where you can enjoy the taste of Extra Virgin Olive Oil, its recolection, production and the culture we have created around it, as a guarantee of his rich herritage which includes industry, economy, leissure and gastronomy.

Keywords: mora, place of olives, oil, extra virgin olive oil, oil museum, Felipe Vegue, culture, herritage, olive, fiesta del olivo, cornicabra.

Resumen: *El Museo del Aceite “Felipe Vegue” es el trabajo de nuestros antepasados reflejado en un lugar en el que disfrutar del sabor del Aceite de Oliva Virgen Extra, de su recogida, producción y de la cultura que ha creado a su alrededor como garante de un rico patrimonio que engloba industria, economía, ocio y gastronomía.*

Palabras clave: *mora, tierra de olivos, aceite, AOVE, museo del aceite, Felipe Vegue, cultura, patrimonio, oleícola, fiesta del olivo, cornicabra.*

Citar como: Rodríguez Vegue, V., Lázaro García de Fernando, M. (2021). El Museo del Aceite “Felipe Vegue”. En *Actas del II Congreso Internacional sobre Patrimonio Alimentario y Museos*. 11-12 noviembre, 2020, Valencia, España. pp. 123-141.

1. Introducción

Dice un cántico moracho: “entre viñas y olivares, en las tierras de la Mancha, nació mi pueblo de Mora”. Y qué gran verdad. Mora se encuentra inmersa en un mar de olivos, árbol milenario que nos acompaña desde hace 300 años y que ya forma parte, junto a su fruto, de nuestro ADN. El Aceite de Oliva es el esfuerzo de nuestros antepasados que hoy recordamos en el Museo del Aceite “Felipe Vegue”, quizás el más importante dentro del patrimonio oleícola mundial. Desde las variedades de aceituna, pasando por los sistemas de extracción de aceite desde el s. XIX hasta nuestros días, sin dejar atrás la parte etnográfica, con las casas de quinterías, las romanas o los elementos utilizados durante tanto tiempo para la recogida del fruto, sus tan diferentes usos en religiosidad, cosmética, medicina y, por supuesto, alimentación, con ejemplos de algunas de las industrias que ha potenciado nuestro aceite (quesera, repostería, jabonera o química), el Museo del Aceite guarda un rico patrimonio que transporta a todos nuestros sentidos al olivar, a la almazara: el olor del alpechín, el sonido del molino, el tacto de las aceitunas recién cosechadas, el verdor del oro líquido y, por supuesto, su sabor, la intensidad de aromas que se degustan en las catas con las que culminan las visitas guiadas al Museo. Cinco sentidos en un solo lugar.

2. Mora, tierra de Olivos¹

Mora es un municipio situado en un enclave privilegiado, en el centro de España, con fácil acceso a todo tipo de redes de comunicación y recursos, y es esta situación la que le ha hecho ser centro comarcal, con una disposición de recursos sociales muy importante. Cuenta con representación de todas las entidades financieras nacionales y regionales importantes; dispone unos buenos servicios educativos y sanitarios, residencias de tercera edad, centros de formación profesional, escuela taller, oficina de empleo, centro de la mujer...

El comercio, cercano y de calidad, muestra un desarrollo continuado, siendo altamente competitivos tanto en servicios como en precios, diferenciándose por su cercanía al cliente y esmerado trato. La hostelería es otro de signos que identifica a Mora, necesaria por ser cruce de comunicaciones y caminos desde hace más de diez siglos. Este continuo atender a visitantes y viajeros por los caminos que unen el norte de España con el Sur, ha creado una tradición por la hospitalidad, haciendo que cada visitante se sienta como en su casa.

El medio ambiente urbano, caracterizado por una muy buena situación del aire, una muy baja contaminación sonora, espacios urbanos y plazoletas arbolados, permite disfrutar del placer de caminar por el parque, la glorieta, o sus sierras próximas rodeadas del mayor olivar de Castilla-La Mancha.

El futuro cercano se plantea apoyándose en el tejido empresarial de Mora, empresas competitivas en sus respectivos sectores con un continuado desarrollo. La promoción de nuevos proyectos tales como la ampliación del polígono industrial, la instalación de empresas competitivas e innovadoras que aseguren el bienestar, la diversificación los sectores productivos actuales, contribuirá al desarrollo sostenible de nuestra población.

¹ <http://www.mora.es/areas/turismo> (fecha de consulta: 25 de octubre del 2020).

2.1. Origen del olivo en la localidad

La presencia del olivo en Mora es relativamente moderna, pues no se tienen noticias en el transcurso de la Edad Media y no es hasta finales del s. XVI cuando se roturan los primeros terrenos para plantar árboles que, previsiblemente, serían olivos, y que se potenciaría mediante una renta. Esta medida no fue muy exitosa, tal y como demuestran las *Relaciones geográficas* de Felipe II, en las que no se reseña el olivar. Tendremos que esperar hasta la segunda mitad del s. XVIII y, en concreto, gracias al Decreto de 1762 por el que la Corona insistió en fomentar las plantaciones arborícolas con el fin de evitar la deforestación y desertización, para que el olivar se introdujese en Mora². Los nuevos plantíos consistían en álamos encinas, que se secaron, sobreviviendo únicamente los olivos, que se habían plantado intercalados con las vides. Fue un sacerdote de la localidad, Hilario Peñalver y Barba, quien mayor empeño puso en la implantación del olivo en los campos morachos desde 1770, intentando emular a los campos andaluces, de ahí que se conozca a Mora como *la Andalucía manchega*³.

2.2. Producción de aceite en Mora

El Aceite de Oliva Virgen Extra es el producto más representativo del municipio, zumo de aceituna de la más alta calidad, obtenido por un procedimiento natural, mejorado con la experiencia de los maestros molineros, que durante cuatro siglos se han ido sucediendo en la localidad. Este producto internacional exportado directa e indirectamente de muchas maneras, forma parte de los mejores bouquets del mundo. Las almazaras de Mora, las más importantes del centro de España, ofrecen un producto natural, de esmerado cuidado, dispuestas a complacer a los más exigentes clientes⁴.

2.3. Variedades de aceituna⁵

En Mora, encontramos una cierta variedad de aceitunas que conforman uno de los mejores aceites de oliva del mundo. La variedad más amplia y autóctona de la localidad es la Cornicabra que, además, es la segunda aceituna por presencia en España. Se puede identificar en cuanto a forma por su forma redondeada y terminada en cuerno de cabra. Su zumo es muy aromático, con cierto toque afrutado y un amargor característico. También podemos encontrar arbequina, originaria de Arbeca (Lérida), que presenta frutos pequeños y esféricos que prenden de las ramas del olivo arracimados. Su aceite es más dulce, fluido y apenas picante o amargo. Entre las dos variedades anteriores, se puede situar la hojiblanca, con sabor a plantas aromáticas y cierto picor a pesar de su dulzor. Otras variedades también cultivadas en Mora son la aceituna picual y la verdial.

² H. Rodríguez de Gracia. (1987). *El condado de Mora*. Mora: Ayuntamiento de Mora. p. 80.

³ H. Rodríguez de Gracia. (1990). *El señorío de Mora*. Toledo: Publicaciones del Instituto Provincial de Investigaciones y Estudios Toledanos. p. 214.

⁴ <http://www.mora.es/areas/turismo> (fecha de consulta: 25 de octubre del 2020).

⁵ L. March y A. Ríos. (1998). *Aceite de Oliva, vida y cultura*, Madrid: ed. Patrimonio Comunal Olivarero. pp. 26-28.

3. Historia del Museo del Aceite

3.1. El primer museo: el Museo de la Encomienda

Felipe Vegue Ávila (Mora, 1930) creó el primitivo Museo del Aceite en un antiguo molino de la población, conocido como la Casa de la Encomienda, gracias a su afición por coleccionar objetos caseros de agricultura que, paulatinamente, caían en desuso. Felipe ha dedicado su vida a la producción y venta de aceite de oliva y, en sus continuos viajes a las diferentes almazaras de España, fue recopilando diversos materiales referentes a la producción y usos del aceite⁶.

Así, el primer Museo dedicado al aceite de España abrió sus puertas en 1968, repleto de útiles de almazara y bodega, de labor agrícola y de pastoreo y referentes a la etnografía de la localidad de Mora. Entre sus piezas, se podían comprar zafras, romanas, soleras de molino, capachos, usillos...elementos del día a día de los morachos dedicados a este sector.

El antiguo museo organizaba una tertulia matina diariamente, la llamada "Amigos del Museo", que reunía a olivereros, cooperativistas, molineros, artesanos, fundadores de la Fiesta del Olivo y trabajadores relacionados con el campo. El interés de Felipe Vegue por ver continuar su legado en el pueblo que le vio nacer le llevó a vender y donar las piezas de su Museo a la Fundación Patrimonio Comunal Olivarero.



Figura 1. Museo de la Encomienda, 1995.

⁶ Fundación Patrimonio Comunal Olivarero. (2019). Madrid: *Museo del Aceite Felipe Vegue Ávila*, p. 3.

3.2. Cambio de manos: Patrimonio Comunal Olivarero

El Museo del Aceite "Felipe Vegue" fue inaugurado el 11 de noviembre de 1999 en los dominios del antiguo almacén regulador de aceite de la localidad de Mora, propiedad de la Fundación Patrimonio Comunal Olivarero⁷. A groso modo, alberga piezas relacionadas con el aceite, el vino y otros oficios que, directa o indirectamente, tienen que ver con el mundo del Aceite de Oliva y con la cultura rural que proceden, en su mayoría, del antiguo Museo de Felipe Vegue.

3.3. Fundación Patrimonio Comunal Olivarero

La Fundación Patrimonio Comunal Olivarero pretende promocionar y divulgar las cualidades del Aceite de Oliva, así como colaborar con las campañas de apoyo a su consumo. Uno de sus fines es contribuir al conocimiento del Aceite en su empleo no solo en alimentación, sino también en salud, en nuevos usos y utilidades terapéuticas, siendo otro de ellos conceder ayuda para la investigación en el sector olivarero. Su principal objetivo es garantizar la máxima y mejor explotación del sector, defendiendo a los colectivos y gestionando sus intereses como sector fundamental de la economía española⁸.

Otra de sus funciones esenciales es ser el primer almacenista de Aceite de Oliva del mundo. Disponen de catorce centros de almacenamiento con una capacidad de cerca de 400.000 toneladas repartidos por Málaga, Granada, Jaén, Sevilla, Badajoz, Madrid y Toledo, concretamente en Mora, en el que se encuentra uno de los más grandes. Se sitúan en ubicaciones estratégicas en las principales zonas productoras de aceite.

Esta red de almacenes pretendía el equilibrio entre producción y consumo. El primer almacén abrió sus puertas en mayo de 1948 en el contexto del Sindicato Nacional del Olivo con el fin de regular la política de precios del aceite, pero sin intervenir totalmente, solamente manejando los sobrantes de producción y controlando las importaciones⁹. Hoy en día, sus depósitos guardan el aceite de diversos propietarios que carecen de un lugar donde mantenerlo.



Fuente: elaboración propia.

Figura 2. Logo de la Patrimonio Comunal Olivarero en la puerta del Museo del Aceite "Felipe Vegue".

⁷ Fundación Patrimonio Comunal Olivarero. (2019). Madrid: *Museo del Aceite Felipe Vegue Ávila*, p. 11.

⁸ Folleto "Fundación Patrimonio Comunal Olivarero: nuestra misión".

⁹ S. Palomares Alarcón. (2020). Arquitectura industrial agroalimentaria: la red de almacenes reguladores de aceite del Sindicato Vertical del Olivo (1945-1960), en *Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales Universitat de Barcelona*, Vol. XXV. Núm. 1.291, Barcelona, p. 7.

4. El Museo

4.1. Recorrido

4.1.1. Sistema de producción tradicional de aceite

La visita al Museo del Aceite “Felipe Vegue” se inicia introduciendo a los visitantes qué es la Fundación Patrimonio Comunal Olivarero y cómo se formó el Museo del Aceite Felipe Vegue, tal y como se ha explicado con anterioridad. Una vez contextualizado el museo, comenzamos con el recorrido por la evolución en los sistemas de obtención de la aceituna. Tradicionalmente, la aceituna era recolectada manualmente, es decir, mediante el golpeo de la oliva con un varejón o vara larga y gruesa que servía para arrebatar el fruto. Al caer al suelo, alrededor del olivo se colocaban los mantos, que permitían amontonar las aceitunas para después limpiarlas en la zaranda, un instrumento que cribaba la aceituna y la despojaba de las hojas y restos de tierra que tuviese adheridos. Era un proceso en el que trabajaba toda la familia, incluso los niños, que tenían un papel muy destacado cumpliendo la función de *santos*, o lo que es lo mismo, coronando la oliva para hacer caer las aceitunas que se encontraban en la parte superior. En la actualidad, el sistema es mucho más rápido, pues, mediante el uso de unas máquinas conocidas como paraguas y vibradoras, se consigue el fruto de una manera más efectiva y menos trabajosa.

El siguiente punto que nos encontramos es la almazara o fábrica de aceite. En ella, tenemos algunos ejemplos de molinos muy antiguos, fechados en el s. XIX y que, si los pusiésemos en funcionamiento, rendirían de igual manera que los más modernos. Este primer molino es de piedra y está compuesto por tres rulos que molturan la aceituna obteniendo de ella una pasta compuesta por la carne de la aceituna, el hueso, la piel, el agua y, por supuesto, el aceite. Este es un gran ejemplo de lo que se conoce popularmente como *molino de sangre*, dado que el impulso para la molienda lo daban las bestias. Además, junto a la presa que lo acompañaba en la almazara, son dos de los elementos fechados más antiguos del museo, pues datan de 1830.

El paso que continua es el prensado de esa pasta de aceituna que se conseguía gracias a las prensas, siendo las más pesadas las de viga o de usillo, cuyo sistema consistía en colocar bajo el cargo sesenta capachos que contenían la nombrada pasta para, moviendo los usillos o tornillos manualmente, obtener, ahora sí, el aceite de oliva propiamente dicho.

Obviamente, ese aceite no salía completamente apto para el consumo, sino que había que dejarlo decantar, es decir, limpiar por su propio peso los restos de hueso, piel y arena que pudiese contener. Es también en este momento cuando se separa el agua del aceite pues, gracias a la densidad del oro líquido y a una serie de bombas que succionaban el aceite, se iban cambiando a aclaradores limpios para obtener el producto final.

Paulatinamente, los sistemas fueron mejorando, modificando el tamaño de las prensas para poder tener mayor rendimiento y conseguir más aceite en el menor tiempo posible, economizando en trabajadores y tiempo y pudiendo abaratar el producto.



Fuente: elaboración propia.

Figura 3. Prensa de viga y aclaradores. Sistema de producción tradicional.

4.1.2. Modernización del sistema tradicional

El sistema tradicional fue modernizándose, implantando las nuevas técnicas vigentes a principios del siglo XX, instalando motores a los antiguos molinos. Así, a los rulos se les colocaron una especie de poleas unidas a motores diésel, en un principio, y, más tarde, motores eléctricos. Gracias a este sistema de extracción tradicional con hidráulicos, la molienda era mucho más rápida y requería menor capital humano. Además, al proceso de prensado también se le añadió un nuevo mecanismo, la vagoneta, que permitía que el cargo con la masa, obtenida en molino, y los capachos pasasen debajo de la cabeza de la prensa, subiendo el pistón hidráulico y presionando el cargo.

En este sistema se incorporó al proceso de extracción el poder añadir agua caliente, templando la sala donde se encontraba el molino y la prensa, logrando una mayor cantidad de aceite en el prensado, de ahí la incorporación de una caldera de orujo en la fábrica. Por último, el proceso de limpieza continuaba de igual manera, manteniendo el aceite en los decantadores o aclaradores y, posteriormente, depositándolo en grandes contenedores de latón.



Fuente: elaboración propia.

Figura 4. Prensa de vagoneta y molino con hidráulicos.

4.1.3. Sistema de extracción continuo

El culmen de la modernización en los procesos de extracción fue el sistema de extracción térmica continua. El primer paso es el molturado por fricción de la aceituna, consiguiendo una pasta que después se bate a cierta temperatura para prepararla para que, en el proceso de centrifugación, se separe el sólido del líquido. Así, en el *decánter* se separan, mediante la fuerza centrífuga que genera este instrumento girando a un elevado número de revoluciones, las distintas densidades; por un lado, obtenemos aceite, por otro, el agua de la vegetación o alpechín y, finalmente, la parte sólida de la aceituna, formada por la piel y el hueso, que componen el orujo. Éste puede continuar refinándose para producir aceite y otros derivados.

El último punto de este proceso es la centrífuga vertical donde se separa nuevamente el aceite del agua que le pueda haber quedado, obteniendo el preciado oro líquido que, si bien se puede consumir a partir de este momento, es recomendable dejar decantar para descartar cualquier resto.

4.1.4. Usos del aceite

El capítulo de usos del aceite comienza realizando a los visitantes la siguiente pregunta: ¿para qué utilizan ustedes el aceite de oliva? Este planteamiento inicia una conversación/debate sobre los diferentes usos que conocen sobre nuestro preciado líquido. Por supuesto, la mayor parte

de visitantes habla del uso gastronómico del aceite como parte fundamental de nuestra dieta, la mediterránea. Entre los beneficios del aceite, podemos destacar la prevención de enfermedades cardiovasculares, favorece la digestión, protege del estrés celular gracias a sus propiedades antioxidantes, tiene propiedades anticancerígenas y fortalece el sistema inmunológico, entre otros¹⁰.

También, en un uso dermatológico, alivia los dolores por el *oleocantal* que contiene, que es un antiinflamatorio natural. Esta propiedad ya era conocida en la antigüedad y se utilizaba en un modo de *oleum magistrale* en época romana, o como *Aceite Aparicio* en la Edad Moderna, unguento a base de aceite de oliva que aparece, incluso, en El Quijote para curar heridas y dolores musculares. Pero también en la antigüedad conocemos la utilización del aceite de manera medicinal gracias a Hipócrates, quien recomendaba el aceite de oliva para curar hernias estomacales y mantener controlado el colesterol allá por el siglo IV a.C.¹¹

Por supuesto, el aceite se usa para cocinar para aliñar, freír, aportar sabor y textura, macerar, confitar, emulsionar o conservar. En definitiva, es uno de los principales ingredientes en cualquier cocina por su gran utilidad y su salubridad.

Otro de los principales usos es la cosmética. En la cultura grecorromana, se creaban ungüentos para hidratar la piel de los deportistas y perfumes para evitar su olor corporal a base de aceite de oliva, como demuestran los restos encontrados en excavaciones como las de Pompeya, donde existe un fresco con amorcillos perfumistas elaborando *onphacio*, un aceite de primera calidad utilizado en sus cosméticos. Cleopatra, en el siglo I a.C., lo utilizaba para crear perfumes mezclando el aceite de oliva con canela, mirra y cardamomo¹².

Sin duda, uno de los principales usos del aceite en cosmética es la elaboración de jabones. Gracias al proceso de saponificación, el aceite de oliva mezclado con sosa cáustica (hidróxido de sodio) y agua, se obtiene un fantástico jabón apto para la limpieza tanto corporal como de tejidos y superficies. Probablemente, el origen de este jabón se encuentra en el antiguo Egipto, pero conocemos otros muchos ejemplos en el pasado, como el jabón de Alepo del siglo I, que se mezclaba con arena para eliminar la suciedad, y que propició muchos siglos después, en plena Edad Moderna, el surgimiento de fábricas especializadas en este tipo de jabón en Castilla, incorporando plantas autóctonas. Así, Mora se convirtió en uno de los principales puntos de elaboración de jabones desde el siglo XIX por su gran producción de aceite de oliva. Hubo decenas de fábricas de jabón entre nuestras calles e, incluso, el jabón procedente de Mora es nombrado en la presa de la época con su propia denominación de origen como jabón de mona (en minúscula, como ocurre con el jabón de lagarto) y por Galdós en los Episodios Nacionales¹³.

En diversos ritos religiosos se utiliza el aceite a modo de purificante o como ofrenda, pero es, sin duda, en la religión cristiana cuando mayor presencia tiene, por un lado, el aceite, y por otro, el olivo; es este árbol el símbolo de la paz para los cristianos y de reconciliación entre Dios y los hombres por haber sobrevivido al diluvio universal. Pero, también, en la religión griega era símbolo de protección de los griegos frente a Poseidón al haber ganado Atena el patronazgo de la ciudad de Atenas al ofrecer a los atenienses un olivo de fruto eterno. Por otro lado, el pueblo

¹⁰ L. March y A. Ríos. (1998). *Aceite de Oliva, vida y cultura*. Madrid: ed. Patrimonio Comunal Olivarero, p. 137.

¹¹ L. March y A. Ríos. (1998). *Aceite de Oliva, vida y cultura*. Madrid: ed. Patrimonio Comunal Olivarero, p. 103.

¹² L. March y A. Ríos. (1998). *Aceite de Oliva, vida y cultura* Madrid: ed. Patrimonio Comunal Olivarero, pp. 61 - 62.

¹³ E. Gutiérrez Díaz-Bernardo. (2015). *Más referencias del jabón de Mora en la prensa madrileña: otros periódicos (1822-1912)*, en Blog Memoria de Mora, Mora, p. 2.

judío recibió a Jesucristo el Domingo de Ramos con ramas de olivo, y también Jesús de Nazaret entendió su sacrificio en un lugar de redención como era el Huerto de los Olivos. Centrándonos en el aceite, encontramos su presencia en ritos como la unción de santos y papas por ser el zumo de la aceituna símbolo de la gracia divina; la bendición de enfermos y de niños antes del bautismo, la unción de aquellos que se confirman o la consagración de reyes.

Por último, debemos referirnos a otro de los usos del aceite, como es la iluminación. Ya en el libro del Éxodo se describe la primera lámpara de aceite, que podría ser la Menorah o candelabro de siete brazos del mundo judaico, aunque fueron los fenicios los que difundieron el uso del aceite como productor de luz y enseñaron a otros pueblos cómo realizar contenedores de aceite portátiles para iluminar. De ahí que en nuestra cultura más reciente conozcamos los candiles, las lámparas y las luminarias de aceite, que nos han acompañado hasta hace relativamente poco tiempo.

4.1.5. Piezas destacadas

El museo no contiene solamente elementos relacionados con la fabricación de aceite, sino que contiene numerosas piezas que mucho tienen que ver con la cultura que desarrolla a su alrededor.

En el Museo del Aceite “Felipe Vegue” podemos encontrar la mayor colección de romanas del mundo. Las romanas son instrumentos para pesar a modo de balanzas en las que el pilón nos indica el peso en la barra o brazo. El origen de las romanas se encuentra en Grecia, pero fueron difundándose por el área mediterránea, teniendo en Mora desde la Edad Moderna uno de los puntos de fabricación más importantes. Existen romanas de diversos tipos según la forma de su pilón (normal, de bola de cañón o gótica) y según su procedencia y capacidad de peso (extremeña, andaluza, catalana o castellana).

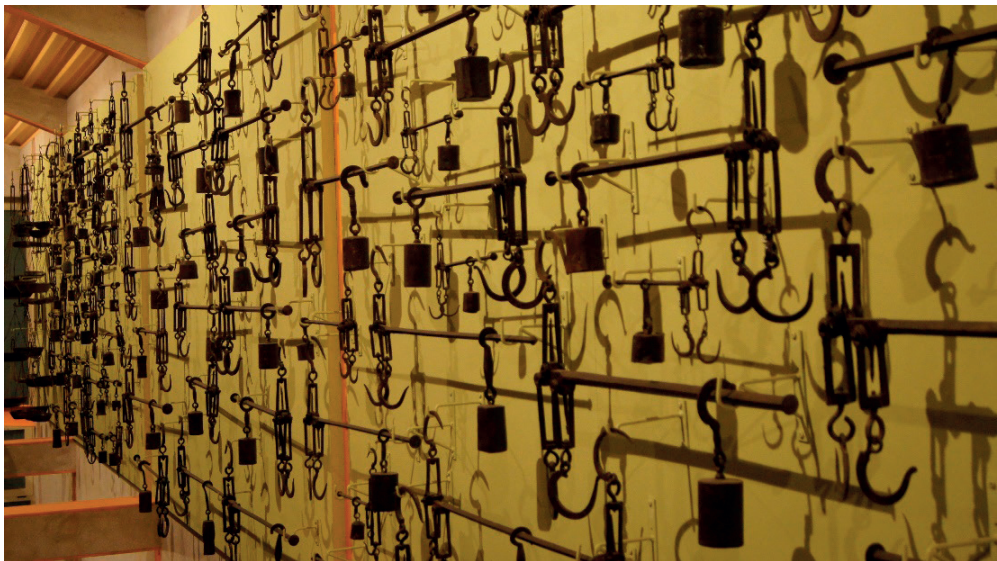


Figura 5. Romanas.

Otro de los elementos más llamativos de la exposición son las zafras y cántaras de latón, recipientes para contener aceite, en su mayoría, aunque también podemos encontrar lecheras y para gasolina. La mayor parte de estas cántaras estaban recubiertas de aceite de oliva, lo que permitía su impermeabilización. En este apartado también encontramos las medidas no decimales, como las fanegas, cuartillas y celemines que tan importantes eran a la hora de conocer las capacidades antes de la imposición del sistema decimal.

El campo es el otro gran protagonista de la cultura moracha, por ser la principal fuente para la economía y el hogar de nuestros olivos. Por ello, en el museo de rinde homenaje a los que trabajaron en él y habitaron las casas de quintería, pequeñas viviendas que se situaban en medio de las grandes plantaciones y alejadas del núcleo urbano donde las familias de agricultores vivían en las épocas de cosecha. Eran estancias muy pequeñas con tres habitaciones: la despensa, el salón en el que cocinaban, comían, dormían, se reunían e, incluso, festejaban; y las cuadras, que estaban al lado del salón para poder calentarlo con el calor corporal de los animales. También encontramos una exposición de los elementos utilizados con las bestias, con las mulas, caballos y burros que tan útiles y fieles han sido en las labores agrarias, junto a los elementos utilizados en éstas, como arados, trillos o reatas.



Fuente: elaboración propia.

Figura 6. Casa de Quintería durante una ruta teatralizada en 2019.

En el museo también hay espacio para otras industrias artesanas presentes en la población, como son la fabricación de quesos, dulces, embutidos y vinos. En este apartado, cabe destacar la pequeña bodega que encontramos en el Museo del Aceite por su importancia en las almazaras. La mayor parte de ellas producían ambos bienes al encontrarse solapados en el tiempo. La vendimia comenzaba en verano, cuando dejaban de cuidarse los olivos. Una vez recolectado el fruto de la vid, se producía el vino y, tras finalizar, se comenzaba a recoger la aceituna. Además, los mecanismos de producción de vino y aceite son parejos, pues ambos consisten en aplastar el fruto para obtener su jugo mediante su prensado. La única diferencia es que la uva es mucho

más blanda que la aceituna y, por tanto, las prensas no necesariamente han de ser tan grandes, por lo que encontramos prensas de viga, pero también de jaula, y todos los elementos necesarios para la conversión del mosto en vino.

4.1.6. Patrimonialización de la aceituna y el aceite: la Fiesta del Olivo

Mora es conocida como la tierra de los olivos por la gran presencia de millones de ellos entre sus límites. Además, es el mayor productor de aceite de la provincia, por lo que a su nombre ya se le atribuye el apellido de aceite. Quizás la mayor muestra pública de que el aceite y la oliva forma parte del ADN moracho es la Fiesta del Olivo, declarada de Interés Turístico. La primera Fiesta del Olivo se celebró en 1957 para reunir a todas las cuadrillas de trabajadores del olivar que festejaban el fin de la recogida de su fruto, creando una fiesta que, a día de hoy, perdura, incluso, con más fuerza.

La Fiesta del Olivo, que se celebra el último fin de semana de abril, conjuga la tradición, el folklore, la cultura, el patrimonio y la diversión, creando una combinación única en la que se puede disfrutar de un concurso de carrozas con temática olivarera y carros engalanados a la antigua usanza tirados por burros y mulas; de la degustación de aceite en la Feria del Aceite que, cada año, premia a los mejores aceites locales, comarcales y nacionales; del folklore gracias al festival nacional que cada año reúne a grupos de coros y danzas de todo el mundo; de sus tradicionales vestimentas, con los refajos que visten sus damas y reinas, quienes representan a las nuevas generaciones de morachos; y de la diversión que conlleva tres días de celebración en las calles.



Fuente: Archivo Municipal de Mora.

Figura 7. Primer premio del concurso de carrozas de la I Fiesta del Olivo, 1957.

Así, la aceituna y el aceite se han patrimonializado, convirtiendo a Mora en el referente de la cultura oleícola y su patrimonio, que engloba las tradiciones en recogida de la aceituna, producción del aceite y celebración de su obtención.

4.2. Recepción de visitantes y repercusión

El Museo del Aceite "Felipe Vegue" es visitado cada año por cientos de personas interesadas en la producción de aceite en un entorno único como es Mora, cabeza de la producción oleícola en la Mancha. En el pasado año 2019, el Museo del Aceite fue visitado por más de 2.000 personas, de las cuales el 15% procedían de fuera de nuestras fronteras, de países entre los que destacan Francia, Alemania, Bélgica y Holanda.

Las visitas al museo se pueden hacer de diferentes maneras: grupos acompañados de guías, grupos que reservan con anterioridad en la Oficina de Turismo, personas interesadas que preguntan por las rutas el mismo día de su visita a la localidad de Mora y que organizan en el acto su visita y rutas organizadas por la Oficina de Turismo, que pueden ser para celebrar algún acontecimiento o rutas teatralizadas, que consisten en recorrer el Museo del Aceite de una manera especial, entremezclando explicaciones más técnicas sobre los diversos elementos con la teatralización o recreación de las actividades realizadas con esos instrumentos, combinación que hacen que estas rutas sean muy especiales y muy bien acogidas, pues suponen el 10% de las visitas al museo.

Por otro lado, entre las recepciones cabe destacar la gran presencia de escolares, puesto que, mediante la actividad *Desayunos saludables en el Museo del Aceite "Felipe Vegue"*, descubren el museo, aprenden cómo se hace al aceite y, por supuesto, lo prueban en un desayuno compuesto por un *mojete* de pan con aceite y una pieza de fruta. Esta actividad supone el 30% de las visitas anuales al museo, por lo que tienen una gran importancia.

Por supuesto, al finalizar cada una de las visitas que realizamos en el museo, se hace una cata de Aceite de Oliva Virgen Extra de Mora, para que todos aquellos que han venido a descubrir nuestra localidad, conozcan también nuestro aceite, aquello que nos hace únicos y que conforma parte de nosotros. En esas catas se prueba el AOVE local que ha ganado el Concurso de AOVE realizado en la Fiesta del Olivo y que premia a la mejor producción anual de aceite, tanto a nivel local como comarcal y nacional.

La repercusión del Museo se contempla a nivel nacional e internacional gracias, en primer lugar, a la Fundación Patrimonio Comunal Olivarero, que se encarga de su difusión en ámbitos más especializados, y a la labor de la Concejalía de Cultura y Turismo por medio de la Oficina de Turismo de Mora, donde se desarrollan continuamente actividades y programas para su difusión, como rutas virtuales para paliar la escasez de visitantes durante la pandemia de la COVID-19, vídeos explicativos de los elementos del Museo para escolares o, en condiciones normales, la presentación en FITUR de nuestro museo y nuestra marca como *Tierra de Olivos*, que hacen de Mora el lugar idóneo para empaparse de la cultura del oro líquido.



Fuente: elaboración propia.

Figura 8. Museo del Aceite “Felipe Vegue” durante una ruta en 2019.

5. Conclusiones

Como conclusión, podríamos destacar la importancia de un fruto, como es la aceituna que logra, con su derivado, el aceite de oliva, crear una auténtica cultura propia que no se queda solamente en el consumo del producto, sino que va mucho más allá.

Del aceite de oliva nace la gastronomía, la cosmética, la iluminación, pero también una gran industria, motor de la economía de muchas zonas de España, y del pueblo de Mora, en particular. Con la creación del Museo del Aceite “Felipe Vegue” se persigue que la cultura que trae consigo esta industria no desaparezca, no quede estancada y prosiga en continua evolución y búsqueda de nuevas experiencias, como puede ser la visita al museo, la cata del Aceite de Oliva Virgen Extra o asistir a la Fiesta del Olivo a celebrar que, un año más, Mora ha obtenido su maravilloso oro líquido.

En definitiva, el Museo del Aceite “Felipe Vegue” es el ejemplo de museo vinculado a la gastronomía por conjugar cinco sentidos en un solo lugar, y ha de hacer de sus fortalezas un escudo de lucha contra las amenazas que ha traído consigo una pandemia que ha paralizado el turismo y el ocio de la población. Por ello, el Museo del Aceite os invita a todos a visitarlo, a disfrutarlo, a conocer cómo se produce el aceite, para qué sirve el aceite y cómo se ha creado esta cultura centenaria que forma parte del ADN de Mora.

Bibliografía

- Fundación patrimonio comunal olivarero (2019). *Museo del Aceite "Felipe Vegue"*, Madrid, 48 pp.
- Gutierrez Díaz-Bernardo, E. (2015). Más referencias del jabón de Mora en la prensa madrileña: otros periódicos (1822-1912), en Blog Memoria de Mora, Mora, 18 pp.
- March, L., Ríos, A. (1998). *Aceite de Oliva, vida y cultura*, Patrimonio Comunal Olivarero, Madrid, 177 pp.
- Palomares Alarcón, S. (2020). Arquitectura industrial agroalimentaria: la red de almacenes reguladores de aceite del Sindicato Vertical del Olivo, 1945-1960. *Biblio3W, Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales*. Barcelona: Universidad de Barcelona, 5 de abril de 2020, vol. XXV, nº 1.291.
- Rodríguez de Gracia, H. (1987). El condado de Mora (1180-1812), Ayuntamiento de Mora, Mora, 123 pp.
- Rodríguez de Gracia, H. (1990). *El señorío de Mora*, Publicaciones del Instituto Provincial de Investigaciones y Estudios Toledanos, Toledo, 389 pp.

Otros recursos

- Página web Ayuntamiento de Mora, del área de Turismo: <http://www.mora.es/areas/turismo> (fecha de consulta: 25 de octubre del 2020)
- Folleto de la Fundación Patrimonio Comunal Olivarero: "Fundación Patrimonio Comunal Olivarero: nuestra misión".

MUSEOS DE LA ALIMENTACIÓN: SABORES DETRÁS DEL CRISTAL

Gerardo Jesús García Olivares

Gestor Cultural y Doctorando en Industrias de Culturales y de la Comunicación, Departamento de Comunicación Audiovisual Documentación e Historia del Arte, Universitat Politècnica de València. gegar@doctor.upv.es

Abstract: The food has become a phenomenon of the media. In addition, food is presented when not re-presented in the museum with a certain spectacularity, with a marked essentialism or transformed by artists into a plastic or performative element. In Spain it is possible to find approximately 200 museums dedicated directly to food, which has meant that products such as oil, bread, wine, cheese and rice have been put under surveillance in a display case. When saying vigilance, the term is proposed because once food enters the museum directly or indirectly, it mainly undergoes some changes: on the one hand, a marked fossilization when in reality, in food, change is its most defining character. On the other hand, a consideration as something High Cultural which takes it away from its true daily activities. In museums, whether built expressly for certain foods or in those dedicated in part to food, including contemporary art, it is necessary to break the glass that separates food from the visitor-spectator to guarantee that the experience is truly synaesthetic and dialogic. with the environment.

Keywords: museums, feeding, synesthesia, food, visitors, taste, vigilance, exhibition.

Resumen: La alimentación se han transformado en un fenómeno de mediático. Además la comida es presentada cuando no re-presentada en el museo con cierta espectacularidad, con un marcado esencialismo o transformada por artistas en un elemento plástico o performativo. En España es posible encontrar aproximadamente unos 200 museos dedicados directamente a la alimentación, lo que ha hecho que productos como el aceite, el pan, el vino, el queso, el arroz se hayan puesto bajo vigilancia dentro de una vitrina. Al decir vigilancia se propone el término porque la comida una vez que entra al museo de forma directa o indirecta sufre principalmente algunos cambios: por un lado una marcada fosilización cuando en realidad en la alimentación el cambio es su carácter más definitorio. Por otro lado una consideración como algo Alto Cultural lo que la aleja de sus verdadera actividad cotidiana. En los museos sean los construidos ex profeso para determinados alimentos o en los dedicados en parte a la alimentación incluidos los de arte contemporáneos se hace necesario romper el cristal que separa el alimento del visitante-espectador para garantizar que al experiencia sea de verdad sinestésica y dialógica con el entorno.

Palabras clave: museos, alimentación, sinestesia, comida, visitantes, sabor, vigilancia, exposición.

Citar como: García Olivares, G.J. (2021). Museos de la alimentación: sabores detrás del cristal. En *Actas del II Congreso Internacional sobre Patrimonio Alimentario y Museos*. 11-12 noviembre, 2020, Valencia, España. pp. 139-150.

1. Introducción

La alimentación es transversal a la cultura. De manera sutil o de forma escandalosamente obvia va implicándose en distintos planos de los aspectos económicos, políticos de la sociedad en general y de la cultura en particular. Sigilosamente la alimentación se escabulle entre obras de arte que cuelgan de museos, invade en forma de antiguas maquinarias o encerados en desusadas salas de museo etnográfico o específicamente de los dedicados a la alimentación. Se construyen relatos con mayor o menor éxito en museos monográficos como los de aceite de oliva, vino, queso o miel. Une a familias ya no entorno a la mesa sino entorno al sofá frente a la televisión para disfrutar de un *reality*. Se escapa de restaurantes e irrumpe no sin polémicas en galerías de arte, bienales o festivales, sale de los platos transformada en píxeles y entra en las red global, llena las estanterías de tiendas de libros y como expresa Isabel Gonzales Turmo en su libro *Cocinar era una Práctica* nunca ha habido mayor producción gráfica y multimedial sobre cocina pero nunca se ha cocinado menos. La comida esta viva: cambia, trasmuta, se sacraliza y se desacraliza a la vez, migra, se reinventa, se reconstruye, se adapta, se resignifica y mimetiza constantemente en nuestra realidad cotidiana, dejando de ser sólo sustento para nuestro cuerpo, ampliado su horizonte material ocupándolo espacios, lugares, ámbitos de los más imaginables hasta ser algo tan intangible que cuesta definir que es el comer, que es comida de lo que no lo es. Pasando de ser algo cotidiano a ser algo alto cultural. La comida esta en el plato y también en redes sociales.

Pero hay algo con lo que no contábamos es que la alimentación ha entrado en los museos y ha llegado para quedarse para transformarse en una categoría museística propia al margen del reconocimiento que pueda tener por las instituciones especializadas. Los museos alimentarios son una realidad en sí misma ocupan el espacio, pueblan de visitantes sus salas, se realizan tareas didácticas y educativas con instituciones escolares y sociales, se incluyen en la oferta turística pero desde el ámbito cultural y especialmente el museológico no se le ha prestado mucha atención. Han sido minimizados por la disciplina museológica y por la gestión cultural. Los sabores están detrás de la vitrina como si de algo estático o inmutable aislado del entorno se tratase, evitando su inclusión territorial y la experiencia sensorial en el visitante, es necesario romper el cristal de manera simbólica y hacer que la comida se incluya dentro de los contenidos que profesionales de la museología o gestores culturales abordan como otros tantos. En este trabajo se mostrará de manera abreviada las principales características que tienen los museos de la alimentación en España y la necesidad de su visibilización en el sector de la cultura.

2. Objetivos

El objetivo principal de este trabajo es dar una breve definición de lo que es un museo de la alimentación y, como objetivos secundarios es la visibilización en el territorio de español que estos museos tienen y su grado de especialización como instrumento para la configuración de un patrimonio alimentario. Debido al extenso trabajo de campo realizado y, al haber visitado la totalidad de los museos de estas características superando ampliamente la muestra, se ofrecerá solo un pequeño resumen. Se pretende mostrar la importancia que la musealización de la alimentación supone, por un lado, en la configuración de un patrimonio alimentario, políticamente definido, socialmente compartido y económicamente explotado por la industria turística pero que en el museo esto no transforma la experiencia para el visitante en algo que llegue a sus sentidos produciendo dos fenómenos que dan título a la comunicación: por un lado, una aislamiento del producto en algunos casos del territorio y por otro lado una nula o escasa experiencia

sensorial para el visitante. Y, finalmente, tratar de mostrar que este tipo de museografías aquí llamadas mínimas o invisibilizadas tienen una relevancia por su papel en el desarrollo local, en la transmisión de buenas prácticas alimentarias y en la construcción de un relato colectivo cultural, que desde la gestión cultural y de la disciplina museográfica deben ser abordados y puestas bajo su tutela conceptual y teórica.

3. Desarrollo de la innovación

El aporte de este trabajo radica en la elaboración del concepto de los que es un museo de la alimentación, los alimentos que abordan, su localización en el territorio y un breve análisis de sus principales características como si logra representar al territorio en que se localiza y si la experiencia es sensorial para el visitante. Los museos alimentarios han surgido en el contexto español en un número importante en el periodo que va desde el 1995 al 2005 debido a un número de casos por una línea de subvenciones de la Unión Europea para el fomento del desarrollo local. Debido a esto, algunos ayuntamientos o instituciones locales como las denominaciones de origen se abocan a la construcción, adecuación de espacios y a la recopilación de objetos para equipar estos espacios. En otros casos sobre todo en los del vino su trayectoria es distinta ya que se trata en abundante casos de empresas familiares con una larga trayectoria y que como estrategia comercial y de diferenciación con sus competidores directos y debido que contaban con una colección de objetos o con espacios de una antigüedad relativa decidieron desarrollar un proyecto museográfico propio.

Un museo alimentario es un dispositivo cultural, con una profunda vinculación a un territorio, en que se muestra un producto o un conjunto de productos alimentarios, en donde es posible observar explicaciones sobre su forma de elaboración a partir en algunos casos de colecciones provenientes de unos *detritos* culturales que se han puesto en valor por medio de la clasificación, catalogación y el inventario relativamente sistemático que se exponen en un espacio especialmente adaptado en ocasiones y en otros casos construidos de manera *ex profeso* con lo que se pone en valor algunos alimentos que componen nuestro sistema alimentario construyendo un relato identitario en ocasiones preciso y en otras apócrifo o forzado con el que se construye y produce una estrecha relación entre identidad, esencialismo, tradición, historia y alimentación. Cabe aclarar que el museo de la alimentación como institución cultural que es, compartirá con otros tipos de museos como los de bellas artes, los de arte contemporáneos o los arqueológicos las mismas problemáticas, como falta de presupuesto, precariedad laboral de sus personas, vaivenes políticos en su gestión, múltiples funciones de su personal entre otras.

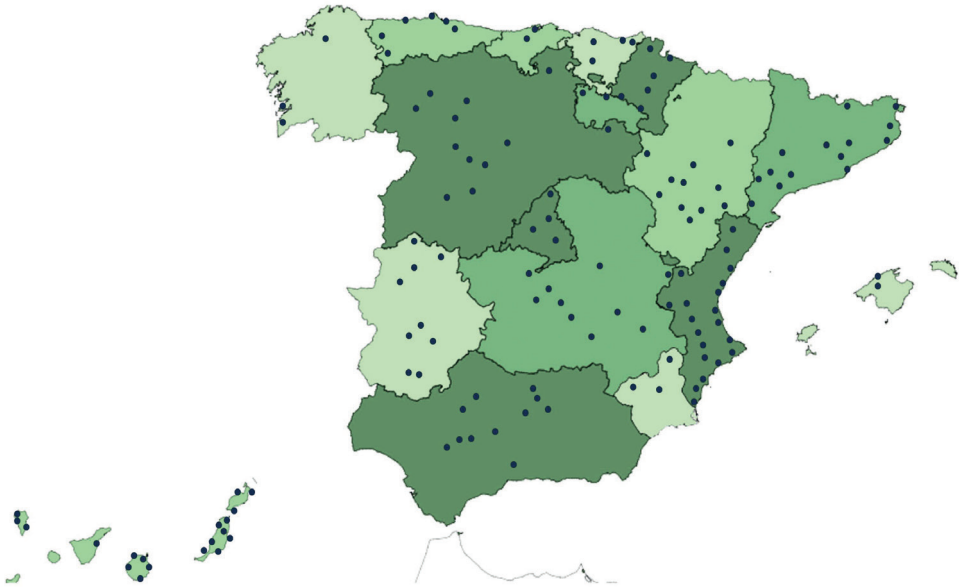
En los museos de la alimentación la vitrina es como la partícula que compone ese microcosmo que son sus salas y como artefactos expositivos ésta es capaz de soportarlo todo. Aquellas cosas que en ella se guardan como arroz, pastas, sacos de harina, alubias, tabletas de chocolate, pimentón o alimentos elaborados con resinas, plástico o réplicas de frutas y verduras, objetos o utensilios con el que elaboraban esos alimentos como maquinarias o herramientas o platos, vasos, cubiertos o manteles adquiere un halo de sacralidad, demandando de nosotros la misma actitud y predisposición que si viéramos una pieza arqueológica. La pregunta compleja de plantear y más aún de responder es porqué con la misma sorpresa facsímiles alimentarios se presentan ante nosotros o bien objetos relacionadas con la comida son observados con deleite como si de obras de arte se trataran cómo si se trataran de testimonio de algo perdido, cómo pasa con algunos artefactos de cocina que componen algunas exposiciones de museos

etnográficos como batidoras, tostadoras, cacerolas o jamones realizados en material sintético. La respuesta es muy simple: porque la alimentación esta cambiando constantemente dejando a su paso una serie de objetos, materiales e inmateriales que en su momento tuvieron una importancia en su producción y que ya sea porque las tecnologías alimentarias o de consumo cambian y las podemos observar en estos museos como testimonios de un pasado relativamente lejano que no volverá activamos sobre nosotros una serie de mecanismos cercanos a la nostalgia.

Para que haya museo alimentario tiene que haber existido un proceso de patrimonialización de algún aspecto de la localidad en donde se enclava el museo o al menos una intencionalidad manifiesta de hacerlo. Dentro de estos procesos de patrimonialización, lo alimentario no ha permanecido exento a la lógica a la que han sido sometidos otros elementos de la cultura popular como pueden ser las artesanías, las fiestas u otras manifestaciones del patrimonio inmaterial. Esto ha permitido que diversos elementos gastronómicos tales como productos, procesos, platos de manera aislada o repertorios gastronómicos completos, comensalidades tradicionales o contemporáneas, procedimientos ancestrales o actuales para la obtención, producción y la manufactura de un alimento; así como la fabricación de materias primas para la elaboración de determinados platos hayan sido contemplados como patrimonio cultural por la localidad, convirtiéndose a partir de ese momento en un elemento identitario bajo la sacra santa figura de patrimonio inmaterial. En ese sentido, la patrimonialización de la cultura se puede entender como un nuevo culto al pasado, que se articula en rituales patrimonializadores y en una producción de sentido ligada a la memoria y al recuerdo. Sin embargo, la sacralización patrimonial solo puede activarse mediante el recurso a la racionalidad de la tecnocultura, la única capaz de obrar el milagro de la conservación, la restauración o la puesta en valor, con la consiguiente introducción del patrimonio en la lógica capitalista de mercado y el desencantamiento último que de ello se deriva. (Hernandez Martí, 2008). Entre los autores que han analizados las incertidumbres que generan las implicaciones del actual modelo de patrimonio cultural en que los museos de la alimentación se enmarcan como instrumento formador de la identidad sobre las culturas vernáculas encontramos a Machuca (2005), García Canclini, (2003), Florescano (1993), Piglia (2001) o Pereiro Pérez (2003) entre otros todos coincidiendo en que el ideario del patrimonio cultural instrumentaliza a partir de una red de significaciones, la construcción de una identidad nacional única más o menos homogénea. Quizás este sea el principal argumento que dice que el patrimonio es como un espejo donde la sociedad se contempla. Un espejo que alimenta una idea de sociedad culturalmente narcisista: el espejo patrimonial y lo que se ha querido conservar y preservar del pasado nos presenta una ilusión narcisista. (Choay, 2001)

De esta manera los hábitos alimentarios de una comunidad cumplen un doble papel. Por una parte, son entendidos como una señal de identidad mediante la cual es posible expresar las raíces más profundas de un colectivo o comunidad, al mismo tiempo que se intenta resaltar esa identidad como elemento diferenciador con el que tejer un relato o argumento diferenciado. En definitiva, la comida se instrumentaliza como elemento identitario para responder a los embates de la globalización, a la vez que se busca poner en el mercado global repertorios culinarios locales. Los elementos convertidos en patrimonio no agotan todo lo que esa cultural alimentaria es, a menudo ni tan sólo presentan de manera fidedigna una parte de ella. En primer lugar, porque en el proceso de patrimonialización se fragmenta y se descontextualiza determinados componentes de una "cultura alimentaria" porque cambian los sentidos y las funciones de éstos, que se insertan en una realidad. En segundo lugar, porque en la selección responden más a la cultura

alimentaria de la sociedad que patrimonializa -a sus gustos, preferencias, valores...- que a la sociedad donde se "originan" – y en la que se atribuyen- platos y productos patrimonializados. Y en tercer lugar, porque a menudo la patrimonialización de fragmentos seleccionados de una cultura alimentaria se parecen más a una "reinterpretación" que a una "recuperación". Espeitx, (2004).



Fuente: Gerardo Jesús García Olivares 2020.

Figura 1. Distribución de museos de la alimentación en España los puntos negros indican la ubicación aproximada.

Los productos a los que se les ha dedicado un espacio museográfico -cabe aclarar que cuando nos referimos como espacio museográfico también se incluyen los que se han denominado centro de visitantes o ecomuseos sin entrar en la discusión teórica si son o no museo- son los productos emblemáticos y básicos de la alimentación como el pan, el aceite, el vino, sidra, la miel, cerveza, el queso, alguna especie, chacinas o algunos productos vegetales que en algunos casos cuentan con una DO Denominación de Origen o IGP Indicación Geográfica Protegidas. Pero no se ha observado que se haya dedicado a platos, preparaciones aunque haya productos como el chocolate que los son o a figuras de la gastronomía. En la mayoría de los casos estos museos están ubicados en poblaciones pequeñas marcadas por la ruralidad y con una vinculación estrecha con la cadena de producción. El sistema expositivo elegido es bastante novedoso planteándose en la mayoría de los casos el problema objetual ya que se trata de colecciones pequeñas en proceso de construcción y que se ven en muchos casos apoyadas por pannelería informativa, por medios multimedia y por recreaciones y dioramas propios de la museografías más clásicas y etnográficas.

Este tipo de exposición produce en el visitante una cierta distancia con lo expuesto, vale repetir que lo que se está exponiendo y se pretende observar es algo que tiene que ver más que nada con los sentidos como es la comida y su musealización impide que la experiencia sea del todo sinestésica aunque en muchos casos esto se logra por la degustación que acompaña la visita si el tipo de producto lo permite. Una persona que experimenta las experiencias sensoriales podrían ser vividas en otro de los sentidos así como plantea Laiden el chocolate podría ser tan sabroso como una composición de Bach. Como cree el Doctor Richard Cytowic quién en el 2002 a través de sus estudios de sinestetas comprobó que la sinestesia es una experiencia muy común y que en algunos individuos se expresa de forma concreta, directa y consciente. Sucede que para algunas personas -los sinestetas- la experiencia de la sinestesia es más que una experiencia que ocurre dentro de sus cerebros; también se manifiesta como una percepción de algo fuera de su cuerpo, de forma que realmente pueden ver sonidos u oír colores.). Pensar que los olores de un vino son muy musicales o que un aceite de oliva resulta áspero o que determinado queso posee un aroma tierno que recuerda tal o cual paisaje o que determinada obra artística que percibimos con la vista a despertado sabores u olores en nosotros, son aunque en pequeña medida experiencias sinestésicas relacionadas con la comida logrando que la ecuación producto, museo, exposición y territorio sean entendidas como una unidad.

4. Resultados

Luego de haber analizado una cifra cercana a unos 187 espacios expositivos se puede decir que existen ciertas particularidades en estos museos para poder denominarlos como museografías mínimas o/e invisibilizadas porque si bien su presencia en el territorio es real y con cifras según las entrevistas realizadas que rondan entre los 2.000 a 40.000 visitantes anuales, su invisibilidad como espacios Alto Culturales se debe en que en un número importante de casos estos museos se concentran en la llamada España Vacía, ya que se ubican en un porcentaje cercano al 61% en poblaciones que en ningún caso superan los 10.000 habitantes.

Por otro lado los alimentos seleccionados tienen que ver con una relación directa con la vocación de los productos con el territorio de ahí que un número importante de museos del aceite se localicen en Andalucía o que en Valencia hayan dos del arroz o que en Jaraíz de la Vera esté localizado el museo del conocido pimentón o que en Guijuelo este el Museo de la Industria Chacinería.

Tabla 1. Cantidad de Museos por producto.

Alimento	Cantidad
Aceite	66
Vino	55
Queso	8
Chacinas	9
Miel	8
Otros	41
Total	187

Fuente: elaboración propia.

En la tabla anterior es posible observar el número de museos de acuerdo al producto que tratan es posible observar que se trata de productos propios de la denominada Dieta Mediterránea que ha sido considerada por la UNESCO Patrimonio Inmaterial de la Humanidad en el año 2013 y que incluye países como Chipre, Croacia, España, Grecia, Italia, Marruecos y Portugal. En cuyo países también se da el fenómeno de la musealización alimentaria aunque en menor medida. En cuanto al sistema expositivo en la mayoría de los casos responde un sistema clásico imperante de la museografía sobre todo en las décadas del 90' y del 2000' donde surgieron mucho de ellos en que se confunde lo interactivo con lo multimedial. Se ha podido observar que aspectos como la perspectiva de género no son incluidos y que los dispositivos multisensoriales son limitado o se reducen el tacto o al olor. Por lo que la experiencia sinestésica que debe propiciar este tipo de espacio especialmente tratando de algo que despierta los sentidos como es la comida es limitada.

5. Conclusiones

Es posible decir que a la espera de las conclusiones finales del trabajo los museos de la alimentación al menos en el territorio español responden a una idea Levistraussiana de entender la alimentación en su totalidad se trata de productos crudos, salados, fermentados pero en ningún caso se presenta platos. Se puede decir que los museos de la alimentación debe ser abordado también por los gestores culturales y museólogos para poder volcar en ellos los conocimientos y su campo disciplinar. Un museo alimentario es un museo a medio camino entre museo etnográfico, museo de ciencias, un museo arqueológico, un museo de arte o monumento cultural. En definitiva requiere que se aplique sobre él una museografía de síntesis, holística e interdisciplinar que explica un territorio y que expresa su sentir. Debe establecer relaciones dialógica con el territorio y con el visitante, construyendo sinergias con otros museos. Los museo de la alimentación deben romper de manera simbólica sus vitrinas para que el visitante sienta con todos sus sentidos lo que está observando y como acto reivindicativo para que los profesionales de la museología miren sobre ellos.

Bibliografía

- Choay, F. (2001). *The Invention of the Historic Monument*. Cambridge University Press, Cambridge.
- Cytowic, R. E. (2002). *Synesthesia: A union of the senses*. MIT press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/6590.001.0001>
- Canclini, N. (2001). *Culturas Híbridas Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, Buenos Aires, Paidós.
- Espeitx, E. (2004). Patrimonio alimentario y turismo: una relación singular. *Pasos: revista de turismo y patrimonio cultural*.
- Florescano, E. (1993). *El patrimonio cultural de México*. Fondo de Cultura Económica.
- Hernández i Martí, G. (2008). Un zombi de la modernidad: el patrimonio cultural y sus límites. *La Torre del Virrey, Valencia, Revista de estudios culturales*.
- Layden, T. B. (2005). *Aportaciones teóricas y prácticas sobre la sinestesia y las percepciones sonoras en la pintura contemporánea*. Universitat de Barcelona.

Machuca, M., Ramírez, A., Vázquez, I. (1995). El patrimonio cultural, el proyecto modernizador del Estado mexicano y la organización sindical. José Antonio (coords.), *El patrimonio sitiado*, México, INAH.

Pereiro, Pérez, X. (2003). *Patrimonialização e transformação das identidades culturais*. Portugal Chão, Oeiras, Editora Celta

Piglia, R. (2001). *Tres propuestas para el próximo milenio (y cinco dificultades)*. Madrid, Casa de las Américas.

EL GUSTO EN LA LITERATURA: EL CASO DE LA NOVELA COMO AGUA PARA CHOCOLATE DE LAURA ESQUIVEL

María Frago Mora

Universitat Politècnica de València. maframo@posgrado.upv.es

Abstract: Food and literature are two human areas with a common consideration: the expression of society through the ritual of everyday life and its documentation. Literature is one of the main sources of dissemination of the different food rituals around the world and it has allowed us to explore a whole cultural baggage behind a descriptive text. In this presentation there will be a reflection on the exhibition of food in literature, especially in the case of the fiction novel "Like water for chocolate" by the Mexican author Laura Esquivel, where premises will be retaken to talk about this synergy between lyrics and food rituals.

Keywords: food, taste, literature, food, Mexico, Laura Esquivel, magical realism, tradition, recipes, writing, novel.

Resumen: *La alimentación y la literatura son dos ámbitos humanos con una consideración común: la expresión de la sociedad a través del rito de lo cotidiano y su documentación, pues la literatura es una de las principales fuentes de divulgación de los distintos ritos alimentarios alrededor del mundo y ha permitido explorar todo un bagaje cultural detrás de un texto descriptivo. En la presente ponencia se hará una reflexión entorno a la exposición de la alimentación en la literatura, especialmente, en el caso de la novela de ficción "Cómo agua para chocolate" de la autora mexicana Laura Esquivel, donde se irán retomando premisas para hablar de esta sinergia entre las letras y los ritos alimentarios.*

Palabras clave: *alimentación, gusto, literatura, comida, México, Laura Esquivel, realismo mágico, tradición, recetas, escrito, novela.*

Citar como: Frago Mora, M. (2021). El gusto en la literatura: el caso de la novela *Como agua para chocolate* de Laura Esquivel. En *Actas del II Congreso Internacional sobre Patrimonio Alimentario y Museos*. 11-12 noviembre, 2020, Valencia, España. pp. 147-157.

1. Introducción

La alimentación y la literatura son dos ámbitos humanos que parecen tener una consideración común: la expresión de la sociedad a través del rito de lo cotidiano y su documentación. Al ser la literatura un arte que se ha remontado a los orígenes de la escritura y la historiografía del mundo es en ella como se puede hacer un acercamiento a los mecanismos sociales e individuales a lo largo del tiempo. Uno de los factores que mejor explica estos mecanismos es la exposición de la alimentación dentro de las diferentes narrativas. Por ello, la presente ponencia pretende apuntar a analizar la relación entre la alimentación en la literatura a través del caso concreto de la novela *Como agua para chocolate*.

En un primer momento, se ahondarán en ejemplos y principios que hacen de la literatura una principal fuente documental para los ritos alimentarios del ser humano. En un segundo momento, se analizarán como operan estos mecanismos en la novela *Como agua para chocolate* de Laura Esquivel. Después, se dará pie a la reflexión final para conmemorar los mecanismos de la cultura alimentaria en la literatura.

2. Objetivos

Dentro de los objetivos de la presente ponencia se destacan:

- Identificar los principios que establecen la relación de la alimentación en la literatura.
- Analizar cómo operan estos principios en la novela *Como agua para chocolate* de Laura Esquivel.
- Identificar las tesis narrativas que ofrece la novela *Como agua para chocolate* a raíz de incluir ritos alimentarios en su arco narrativo.
- Identificar nuevas líneas de investigación a partir del simbolismo creado a partir de la alimentación expresada en la literatura actual.

3. Desarrollo de la Innovación

3.1. La comida en la literatura

Son innumerables los ejemplos que encontramos en las historias de ficción, donde uno o varios elementos gastronómicos tienen vital importancia simbólica. Dichos ejemplos, se encuentran en todos los géneros de la narrativa y la poesía, en todas las temáticas, en todas las edades. Un ejemplo conocido se encontraría en el libro *Las Aventuras de Alicia en el País de Las Maravillas* de Lewis Carroll, donde la merienda de locura pone a pensar en el lector sobre la dimensión de las palabras absurdas y un paralelismo entre la tradición inglesa de la hora del té. O bien se puede ir a una literatura más compleja como la novela de Marcel Proust titulada *En Busca del Tiempo Perdido* donde las magdalenas evocan un viaje en el tiempo para los protagonistas. Incluso se puede acudir a los mismos canapés de las fiestas de *El Gran Gatsby*, libro de Scott Fitzgerald, donde la rutina de la comida evoca siempre una alta tensión para la historia que se lee. El mismo *El ingenioso Hidalgo, Don Quijote de la Mancha* comienza con un memorable párrafo que explica, nada más, y nada menos, cuál es la condición del personaje a través de su rutina alimentaria:

En un lugar de la Mancha, de cuyo nombre no quiero acordarme, no ha mucho tiempo que vivía un hidalgo de los de lanza en astillero, adarga antigua, rocín flaco y galgo corredor. Una olla de algo más vaca que carnero, salpicón las más noches, duelos y quebrantos los sábados, lentejas los viernes, algún palomino de añadidura los domingos consumían las tres partes de su hacienda.

Así como Alicia en el extraño País de las Maravillas o Alonso Quijano en la España clásica son presentados en un ritual alimentario por sus escritores, así ha habido incontables personajes de ficción que son sometidos al acto cotidiano de la comida para ayudar a los lectores a entender su contexto y situación. Independientemente de la maravilla documental que suponen los textos de ficción para el mundo y su bagaje cultural, específicamente para este tema “los textos se convierten en auténticos testimonios de los cambios y las costumbres alimenticias con el pasar de los años” (Reyes, 2013). Por ello, no es gratuito que en la mayoría de los textos literarios se encuentren escenas donde el rito gastronómico sea motivo de drama, diálogo y emoción.

3.2. La comida como el rito social

El arte de la escritura ha sido una fuente documental primaria para la conciencia de la historia y el devenir del hombre en el tiempo. Sin embargo, cuando este mecanismo se convirtió en un arte y comenzaron a interferir expresiones universales y sensibles, la literatura comenzó a plasmar toda una serie de elementos culturales que permitió el reconocimiento de otras cosmovisiones. “Con el paso del tiempo, la aparición de la comida en los textos literarios fue cada vez más frecuente, asumiendo distintos significados y aportando nuevas informaciones a la trama y a los personajes” (Reyes, 2013), pues al describir los ritos culinarios y gastronómicos, comenzaron a aparecer símbolos relacionados con el mismo valor con el que se asumen en una sociedad compleja. Esto quiere decir que las referencias gastronómicas comenzaron a “aparecer cargadas de significados y van más allá de su función primaria, la biológica, asumiendo un simbolismo propio y proponiendo nuevas vías de comunicación” (Reyes, 2013).

La lógica de este razonamiento implica que “la comida está estrechamente vinculada con la dimensión cultural” y, por lo tanto, “los ritos para ingerir los alimentos (...) contribuyen al conocimiento del individuo y también de una colectividad, ya que en torno a la mesa generalmente se sientan varios comensales” (Reyes, 2013) y muchas relaciones de poder que dan cuenta de toda una historia comunitaria.

Los ágapes, las reuniones familiares en torno a una mesa rebosante o escasa de productos, la preparación de los alimentos, la añoranza de estos son ocasiones en las que la comida se convierte en el elemento principal para vehicular mensajes de diversa índole, pero todos ellos pretenden resaltar un aspecto de la identidad del comensal o transmitir un mensaje sobre su situación (Reyes, 2013).

Justo como el recuento que hicimos en un primer momento, la evocación de los alimentos, su preparación, su consumo y su referencia nutren, con toda la amplitud del verbo, al texto literario para aportarle una dimensión cultural fuerte, sólida y bibliográfica. Además, esto implica que cuando se va descubriendo un rito alimentario en la lectura, ayuda a interpretar el contexto en el que fue escrita la obra y las intenciones del autor al retratar un símbolo cotidiano. La comida se muestra como “un elemento que aporta veracidad y riqueza al texto ya que asume un valor cronotópico y reafirmará las distintas identidades –sociales, culturales o económicas– de los personajes” (Reyes, 2013) y, por lo tanto, de toda la construcción narrativa del escrito.

3.3. El acto alimentario en *Como agua para chocolate*

La novela *Como agua para chocolate* de Laura Esquivel, narra la historia de Tita, una mujer que ha sido condenada por su tirana madre a ser una soltera para siempre y cuidar de ella hasta su vejez debido a que es la hermana menor. La novela está situada en la ciudad de Piedras Negras, Coahuila, al norte de México, casi en la frontera con Estados Unidos. Aunque el tiempo está contextualizado en los años de la Revolución Mexicana, el contexto histórico y político viene a relegarse ante la dimensión social y cultural de los personajes. *Como agua para chocolate* es una novela dramática en su sentido más humano, donde las relaciones de personajes e ideologías, y, por supuesto, fantasías, estará en primera instancia. Como diría Biasseti: “lo cotidiano, lo doméstico y la cultura popular son tan historiables como la política, las grandes batallas o la economía” (Biasseti en Reyes, 2013)

El título de este “melodrama romántico” viene de la expresión “¡Está como agua para chocolate!” para hacer notar que uno está muy irritado: “para preparar adecuadamente el chocolate, el agua debe estar muy caliente y la expresión se utiliza como símil de que alguien está muy caliente, a punto de estallar, ya sea por enojo o por pasión” (Toledo, 2008). De esta manera, se combinan los símbolos literarios de la historia con el simbolismo de la cultura popular que, evidentemente, tiene y tendrá una larga tradición donde lo alimentario es sabiduría popular y sentimiento individual, humano.

Sin embargo, el punto extraordinario, el conflicto primero que se presenta en este universo de personajes femeninos, es que Tita, la protagonista, tiene que soportar la idea de que su hermana Rosaura se case con Pedro, el hombre que ama, renunciar a él y de contemplar su propia vida desde la cocina: el único lugar donde puede demostrar su valía frente a la condición femenina de su época: “se escoge el ámbito de la cocina (...) para desde allí producir una perspectiva y un discurso hiperbólico, cómico y revolucionario que logre escamotear abiertamente las reglas de la decencia y las prohibiciones maternas” (Ulloa, 2003).

Sin embargo, la cocina no solo es refugio y lugar seguro, es también un motivo para influir en la trama y en los personajes. Por eso de destaca que todos los capítulos de la novela comienzan como una receta de cocina, al estilo popular del “folletín romántico” característico de las revistas dirigidas al público femenino.

Enero: Tortas de Navidad

Ingredientes:

- 1 lata de sardinas
- ½ chorizo
- 1 cebolla
- orégano
- 1 lata de chiles serranos
- 10 teleras

Manera de hacerse:

La cebolla tiene que estar finamente picada. Les sugiero ponerse un pequeño trozo de cebolla en la mollera con el fin de evitar el molesto lagrimeo que se produce cuando uno la está

cortando. Lo malo de llorar cuando uno pica cebolla no es el simple hecho de llorar, sino que a veces uno empieza, como quien dice, se pica, y ya no puede parar.

Cada nuevo capítulo es una receta nueva que inmediatamente se fusionan con el ritmo narrativo de la historia. En el caso de *Como agua para chocolate*, "cada receta culinaria tiene una historia y una finalidad" y no solo por motivo de la misma obra, sino porque en la literatura y en el devenir histórico, los textos creados a partir de mecanismos alimentarios han sido un espacio de resistencia de las voces femeninas que se relegaban a esas tareas. Según Susan J. Leonardi "la palabra receta implica un donante y un receptor, y como toda historia, una buena receta necesita venir acompañada de una glosa que sirva de recomendación, un contexto y una razón de ser" (Ulloa, 2003).

A lo largo de la historia de la literatura, muchos de los pasajes donde se describían ritos alimentarios no tenían la importancia antropológica que se puede entender hoy en día. Pues "la mayor parte de las veces en las que se encuentran estos pasajes, estas situaciones de comer pasan desapercibidas como un mero contexto o lugar de acción" (Reboul, 2018); donde el acto de comer, el rito alimentario, suele ser meramente descriptivo, situacional, cuando en realidad son el cronotopo por excelencia, el eje sobre el cual gira determinado contexto histórico.

En el caso respecto de la novela de Esquivel, la presencia del sentido del gusto no es solo un elemento que sitúa en un espacio y tiempo, sino que ayuda a crear la fantasía, la dimensión simbólica y el juego de metáforas que la inscriben en el fascinante género del realismo mágico. Esta última premisa ayudará al análisis de determinar cuáles son las tesis narrativas que ofrece la novela a raíz de incluir ritos alimentarios en su arco narrativo.

Como dice Beatriz Reboul, uno de los motivos de gran importancia para atender la alimentación dentro de la literatura, es que se, en muchas ocasiones, es un espacio de resistencia:

Los aspectos de las distintas culturas con sus prohibiciones, tradiciones junto a la manera en la que se mueve su sociedad son aspectos que, en la mayor parte de los casos, son determinantes a la hora de analizar la comida dentro de la literatura. (Reboul, 2018).

La preparación de alimentos es una tarea envuelta dentro de las prescripciones de género en la historia, y muchas veces, este espacio de resistencia era concebido como un lugar femenino, donde muchas veces se convertía en un oasis de expresión para aquellas voces ocultas en la historiografía.

3.4. La cocina y lo femenino

Sobre este sentido, es importante no olvidar que la gastronomía en la literatura ha sido motivo de resistencia en cuánto a la desigualdad de género. Por ello, es cierto que, en la literatura actual, la relación entre la escritura y la alimentación ha sido motivo de crítica y de ínfima relación. Como es el caso de las autoras japonesas *Kitchen* de Banana Yoshimoto y *El cielo es azul, la tierra blanca* de Hiromi Kawakami, donde se apunta que la cocina se muestra como cura para soledad en las protagonistas de ambas novelas. Incluso, más del lado historiográfico, tenemos el dilema que implica los recetarios y la condición de mujer, dónde la cocina era una labor femenina pero su divulgación la hacían figuras intelectuales de la época.

En la novela *Como agua para chocolate*, la labor y expresión de la cocina se relega a las mujeres. Y más que a las mujeres, al personaje marginal que lleva todo el hilo de la historia: Tita

de la Garza. No solo es un espacio de resistencia ante la condición del ser femenino, sino que entabla sus propios conflictos y conexiones con otros personajes, como Mamá Elena y su tajante visión del mundo. Esto quiere decir que “el discurso culinario también se utiliza para injertar en él y manifestar a través de él la sexualidad reprimida de los personajes femeninos” (Ulloa, 2003). De pronto, el personaje de Tita necesita un medio para expresar todo el dolor ocasionado por las decisiones y las circunstancias que no favorecían a las hijas menores de las familias acomodadas.

El formato escogido para presentar las recetas de cocina parece explicar más de la marginalidad de su contenido, la misma Laura Esquivel declaró: “La cocina es uno de los lugares que más se han devaluado en este siglo. Estaba tan devaluada como el folletín, al que yo he querido también rescatar” (Ulloa, 2003)”, según Leonor Ulloa, en la deliberada decisión de este formato “se ataca la fuente del poder con materiales alternativos y marginados” (Ulloa, 2003).

En el espacio de resistencia que es la cocina, comienza a crearse un mundo lleno de símbolos y que ponen a la novela dentro del género del realismo mágico, pues comienzan las situaciones fantásticas que se aferran a algo cotidiano. Como es el caso de la boda de Pedro y Rosaura, donde Tita dejó verter sus lágrimas y: “una inmensa nostalgia se adueñaba de todos los presentes en cuanto le daban el primer bocado al pastel”. La escena, fascinante por sus analogías, termina con una boda llena de lágrimas porque se mezcló el banquete con la sensibilidad de los personajes. Leonor Ulloa expresa la síntesis de este fenómeno:

A través del discurso culinario y de la composición de recetas, Tita comienza a evadirse del círculo materno, a crear un mundo propio de sinestesias, símiles, metáforas y efectos hiperbólicos que se nutre de un vocabulario netamente culinario y que escapa del estricto dominio de Mamá Elena. (Ulloa, 2003).

La historia es un recuento de todos los acontecimientos memorables en la vida de las mujeres de la familia De La Garza, donde se busca ahondar en el pasado de la matrona Mamá Elena, la infancia de las hijas Rosaura, Gertrudis y Tita, y dónde se sigue la cronología de vida hasta la vejez de Tita. El ámbito de la cocina “en ese mundo de sensaciones, Tita perfecciona el arte culinario para subvertir y seducir” (Ulloa, 2003) pero también donde la protagonista “goza de cierta voz y hegemonía donde se efectúa el violento encuentro entre madre e hija” (Ulloa, 2003) y el encuentro entre individuo y contexto, pues se debe recordar que es una novela que ha reconocido el papel de la mujer en la cocina como único espacio de expresión ante una sociedad machista y prejuiciada.

4. Conclusiones

La novela *Como agua para chocolate* ha sido un gran referente para la literatura mexicana contemporánea, tanto por el fenómeno de su edición, el cual ya lleva varias reimpressiones y ediciones especiales, tanto por el jugoso análisis del que se puede partir a raíz de su premisa y su innovación de cara al género del realismo mágico, su posición feminista e incluso su método para exponer una parte de la gastronomía mexicana. Los medios de comunicación han hecho hincapié en esta última parte: “los libros de Laura Esquivel hablan sobre el amor, el dolor, la pasión y la reivindicación del papel de la mujer en el ámbito familiar para fortalecer las tradiciones” (Salgado, 2009). Sin embargo, todavía se podría ahondar más en todas las referencias y analogías de esta novela, que permitirían analizar más de cerca el contexto y relación entre la alimentación y una obra narrativa de ficción.

¿Cuál es exactamente la relación entre utilizar el acto alimentario en la literatura? Como bien se ha dicho, la alimentación y sus ritos son parte esencial del contexto de una historia de ficción, porque, además, la comida ofrece características que ayudan a la construcción del personaje, ya que “las referencias culinarias permiten marcar diferencias geográficas, culturales y, al mismo tiempo, construir identidades” (Reyes, 2013). Y eso se aprecia especialmente cuando hay escenas específicas de rituales de comida, analogías sobre el gusto o incluso un mero accidente ornamental. Todo esto aplica porque “la comida puede ser interpretada como una ocasión de encuentro que sirve para establecer y fortalecer relaciones” (Reyes, 2013). Además, esta interpretación da una labor imaginativa crucial, pues el gusto es uno de los sentidos que parecen evadir al tiempo y desintegrar su esencia primaria.

Incluso, cabe destacar que el gusto no ha sido el único sentido que ha sido excluido dentro de las experiencias de las letras. Patrick Süskind en su novela *El Perfume* crítica con atino este carácter de exclusión empírica cuando esboza a su personaje principal, Jean-Baptiste Grenouille, como un genio cuya “única ambición se limitaba a un terreno que no deja huellas en la historia: al efímero mundo de los olores”. El efímero mundo del gusto es también una vía de análisis para demostrar qué tanto ha logrado permear este sentido en las letras de la historia, pues a fin de cuentas, la receta existirá, no el platillo original, pero sí la literatura que apele a explicar la experiencia sensible del mismo.

Bibliografía

- Landa, C.A., Ascorbe Landa, C. (2018). Alimentos y gastronomía de cercanía: ¿un valor en alza? *Nutricion Hospitalaria*, 35, 44–48. <https://doi.org/10.20960/nh.2124>
- Reyes, M. (2013) *Las Relaciones Entre La Comida Y La Literatura: Entre Los Fogones De La Historia*. Ediciones Universidad de Salamanca.
- Reboul Álvarez, B. (2018) “El papel de la comida en la literatura contemporánea femenina japonesa: Análisis de las obras Kitchen y El cielo es azul, la tierra blanca”. *Asiadémica*. Madrid. pp. 10-30.
- Salgado, M. (2009). Las nuevas recetas de Laura Esquivel. *Contenido*, 551, 54–59.
- Toledo, R.B. (2008). Como agua para chocolate. AMF: Actualización En *Medicina de Familia*, 4(9), 536–537.
- Ulloa, P.L.A. (2003). La Socavación Paródica Del Modelo en Como Agua Para Chocolate De Laura Esquivel. *Hispanofila*, 137, 115–126.

PATRIMONIO ALIMENTARIO, HERRAMIENTA DE EMPODERAMIENTO FEMENINO

Maricha Martínez Sosa

Doctora en industrias de la comunicación y culturales. Comunicadora, emprendedora y educadora de la República Dominicana. Info@marichams.com @marichams

Abstract: There are groups of women who, more than just becoming entrepreneurs, end up turning into one while seeking the benefit and integration of their community and using their culinary heritage as a fundamental part of their sustainable development. After a brief contextualisation of the Dominican rural environment and the presentation of the intangible heritage as a development tool, two local cases are evaluated as “success stories” because they use the inherited knowledge in the gastronomic field, are led by women and have an impact on their communities. Likewise, a high-impact corporate social responsibility initiative is presented as an example of those that favor this type of community entity.

Keywords: culture, sustainable development, entrepreneurship, intangible cultural heritage, women’s empowerment, Dominican Republic.

Resumen: Hay grupos de mujeres que más que lanzarse a ser emprendedoras terminan siéndolo mientras buscan el beneficio e integración de su comunidad y utilizan el patrimonio alimentario como parte fundamental de su desarrollo sostenible. Tras una breve contextualización del entorno rural dominicano y la presentación del patrimonio inmaterial como herramienta de desarrollo, se evalúan dos casos locales considerados como “de éxito” por valerse del saber heredado en materia gastronómica, ser liderados por mujeres y tener impacto en sus comunidades. Igualmente, se presenta una iniciativa de responsabilidad social corporativa de alto impacto como ejemplo de aquellas que favorecen a este tipo de entidades comunitarias.

Palabras clave: cultura, desarrollo sostenible, emprendimiento, patrimonio cultural inmaterial, empoderamiento femenino, República Dominicana.

Citar como: Martínez Sosa, M. (2021). Patrimonio alimentario, herramienta de empoderamiento femenino. En *Actas del II Congreso Internacional sobre Patrimonio Alimentario y Museos*. 11-12 noviembre, 2020, Valencia, España. pp. 155-171.

1. Introducción

En distintas partes de República Dominicana existen mujeres que encajan en el perfil de emprendedoras, algunas con la notable distinción de que toman como principal herramienta de supervivencia su saber heredado y en especial aquel vinculado a la tradición culinaria criolla.

Día tras día las encontramos detrás de frágiles puestos en las carreteras, en improvisados comedores, deambulando por las calles o transportando sus creaciones sobre la cabeza. Más que madres, esposas y comunitarias, son ejemplo vivo del emprendimiento empírico y, en su calidad de portadoras originarias, fungen a la vez como guardianas del patrimonio gastronómico.

A través de su proeza en torno a la herencia alimentaria estas mujeres no solo evocan complejas experiencias sensoriales, sino que encuentran la libertad financiera e incluso potencian la economía regional. Este es el caso cuando, más allá de valerse del ejercicio solitario, se congregan para obtener aumentar su fortaleza y lograr que en zonas vulnerables, antes carentes de oportunidades de desarrollo y notablemente golpeadas por el alto nivel de migración hacia las áreas de mayor urbanización, surjan iniciativas que han evolucionado de cocinar pequeños sueños en el seno del hogar, a recibir patrocinios y ayudas tanto locales como internacionales y distribución en importantes espacios comerciales. En este artículo se presentarán dos casos de éxito en los que se potencian las oportunidades para el desarrollo en zonas rurales de la República Dominicana y que benefician a todo el colectivo, mientras sirven de ejemplo de cómo el patrimonio alimentario tiene el poder de potenciar el anhelado empoderamiento femenino para cambiar positivamente el destino de sus comunidades.

2. Objetivos

Dentro de las múltiples perspectivas para abordar el análisis que nos atañe para esta publicación, se ha optado por destacar el aspecto gastronómico y, en particular, el acervo alimentario que trasciende al individuo gracias a la integración comunitaria. Con foco particular en la incidencia que puede tener el uso del patrimonio cultural inmaterial, no desde su perspectiva como objeto de salvaguardia, sino como un ente individual, con capacidad de convertirse en un detonante del desarrollo del sujeto y de su comunidad.

Adicionalmente, se ha optado por centrar la atención en dos instituciones en las que predomina la presencia femenina y, de forma más específica, aquellas que se han destacado dentro de las comunidades rurales. Para ello se han planteado los siguientes objetivos:

- Contextualizar el entorno rural de la República Dominicana y algunas de sus condiciones para potenciar el patrimonio cultural inmaterial como detonador del desarrollo.
- Analizar la interacción y relación del patrimonio alimentario en los contextos rurales, así como sus posibilidades.
- Identificar y presentar casos locales de empoderamiento femenino en zonas rurales, que usan como principal herramienta el patrimonio alimentario.

3. Desarrollo

3.1. Contexto: el entorno rural dominicano

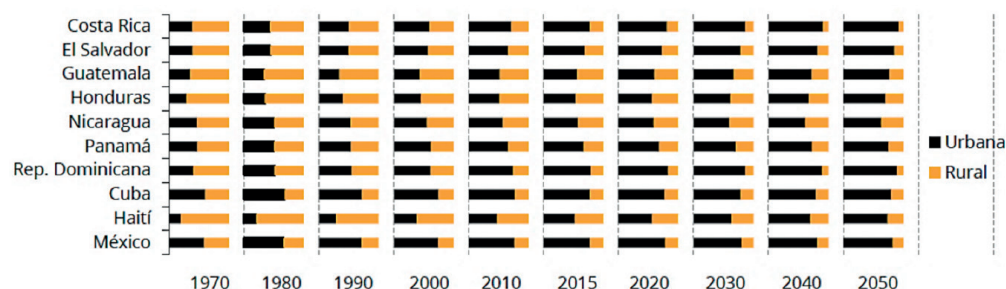
Situada en el Archipiélago de las Antillas y con una extensión de 48.310.971 kilómetros cuadrados, la República Dominicana tiene una población de 10.448.499 habitantes y una significativa disparidad entre la cantidad de individuos que habitan en las zonas metropolitanas en comparación con quienes se encuentran en las zonas rurales, así como notables diferencias en la calidad de vida de ambos grupos. La Oficina Nacional de Estadística de este país estima que la población está distribuida en 8.595.163 individuos que residen en las zonas urbanas y 1.853.336 en zonas rurales (ONE, 2019), con una marcada tendencia a la reducción de la población rural.

Tabla 1. Población total, urbana y rural de la República Dominicana, 2015-2020.

Año	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Población Total	9.980.243	10.075.045	10.169.172	10.266.149	10.358.320	10.448.499
Población Urbana	7.854.203	8.011.084	8.163.504	8.314.335	8.457.450	8.595.163
Población Rural	2.126.040	2.063.961	2.005.668	1.951.814	1.900.870	1.853.336

Fuente: Martínez Sosa (2020), Tabla #5.

Según los datos y análisis ofrecidos por la CEPAL (2019) esta realidad es común a toda la región, aunque es precisamente en República Dominicana, junto a Costa Rica, México y El Salvador, donde se aprecia de forma más notable la tendencia regional del aumento de la población urbana.



Fuente: CEPAL, 2019, p. 24. Gráfico I.4.

Figura 1. Países de la subregión norte de América Latina y el Caribe: población urbana y rural, 1970-2050.

Dentro de las muchas diferencias en comparación con las zonas más urbanizadas de la República Dominicana se encuentran no solo el ingreso per cápita, sino también la centralización y limitada disponibilidad de espacios para renglones tan diversos como el entretenimiento, la educación y la salud. Una simple comparación basta para que sea evidente como el habitante rural dominicano es víctima de múltiples carencias sociales y como, hasta cierto punto, parece encontrarse prácticamente aislado de muchas de las políticas, tendencias presentes en las principales urbes. Esto tiene como agravante una falta de fuentes de empleo y de posibilidades de adquirir capital que, motivos que propician su estancamiento y que le hacen depender de factores externos como las remesas o basar su economía en la inestable agricultura de subsistencia

la cual, junto a los cultivos de ciclo corto, suele conllevar la explotación indiscriminada de los suelos y tener directas implicaciones negativas en materia medioambiental. (Martínez Sosa, 2015).

Esta compleja realidad es una de las tantas explicaciones de la notable tendencia hacia la urbanización que “se evidencia localmente en la densidad poblacional de la denominada Región Metropolitana, compuesta por Santo Domingo y el Distrito Nacional donde se encuentra un estimado de 3.949.189 sujetos, de los 10.448.499 del total de todo el país”. (Martínez Sosa, 2020).

En cuanto a la calidad de vida de estas personas y las variaciones para cada subgrupo en materia de su nivel de desarrollo/pobreza, según los datos presentados por el Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo (MEPyD), se registran:

Disminuciones en la pobreza moderada y extrema, especialmente desde el año 2013, cuando la pobreza moderada pasó de un 41,3% a un 30,5%, en 2016, y la pobreza extrema de un 10,5% a un 6,5%, en igual período. No obstante, dentro del grupo de personas viviendo en la pobreza, las mujeres son el segmento más vulnerable, al estimarse en un 6,35% la proporción de mujeres que viven en pobreza extrema a nivel nacional, con mayor afectación a nivel rural (9,49%), frente al 5,58% correspondiente a los hombres; mientras que la pobreza moderada afecta al 30,37% de las mujeres a nivel nacional y al 40,41% de las que viven en zona rural”. (CEG-INTEC, 2018).

Los datos disponibles arrojan que “más de la cuarta parte de las mujeres depende de otras personas para su subsistencia, aumentando sus niveles de vulnerabilidad [...] todavía el 50,9% de la población femenina mayor de 15 años se reporta como inactiva al 2017.” (CEG-INTEC, 2018) y, aunque según afirmaciones hechas por Raquel Arbaje, primera dama de la República Dominicana, en el país “la fuerza de trabajo agrícola de las mujeres rurales representa el 43%” (El Nacional, 2020), según la encuesta FONDOMICRO (2013) hay una “importante tasa de fracaso de las microempresas propiedad de mujeres, generalmente asociadas a desigualdades de género”. (CEG-INTEC, 2018).

3.2. El patrimonio inmaterial como herramienta de desarrollo

Más allá de destacar las diferencias entre el entorno rural y el urbano hay quienes hacen una distinción aún más selectiva que separa las zonas rurales y aquellas áreas consideradas como “el campo”, haciendo alusión a las que poseen el menor índice de desarrollo. Ejemplo de ello es el antropólogo, educador y funcionario público Carlos Andújar Persinal (2019) quien establece que es en el campo dominicano donde se “tiende a conservar expresiones y modos de vida tradicionales en los hábitos de vestir, socializar, gastronómicos, de divertimento y de preservación de tradiciones culturales ancestrales y patrimoniales importantes [...] manifestaciones culturales que, si bien han ido cambiando, nos trasladan a un pasado lejano [...] muchas prácticas rurales antiguas de vida y hábitos de comportamiento”.

Precisamente estos hábitos son los componentes que engloba el concepto de Patrimonio Cultural Inmaterial (PCI), también conocido como “cultura viva”, cuyas manifestaciones están relacionadas con los saberes, los conocimientos y las prácticas” relativos a múltiples áreas.

Para la UNESCO, el campo de lo patrimonial está definido por el conjunto de prácticas, representaciones y expresiones que las comunidades, grupos y en algunos casos, individuos, reconocen como parte de una herencia cultural que moviliza un sentido de pertenencia colectiva que se manifiesta en diferentes ámbitos, tales como: tradiciones orales, prácticas sociales y rituales, eventos festivos, conocimientos y prácticas sobre la naturaleza y el universo, así como los saberes asociados a los instrumentos, artefactos y espacios culturales relacionados a dichas prácticas. (CRESPIAL, 2020 pp. 9).

El PCI tiene múltiples ramas, siendo algunas de uso esporádico, como las fiestas patronales y otras de uso cotidiano, como en el caso gastronómico. Esa cultura culinaria es entendida como “prácticas tradicionales de transformación, conservación, manejo y consumo de alimentos” (Frieri, 2014) y según Geo Ripley, Director de Patrimonio Inmaterial del Ministerio de Cultura de la República Dominicana, en ellas se pueden con frecuencia apreciar casos en donde la selección de quién será el portador de esa herencia se hace basada en criterios tan propios de los mismos portadores que, en muchos casos, no responden a la lógica de los foráneos. Ejemplo de ello es cuando una abuela decide no pasar sus recetas a su hija, porque “no tiene el toque”, sin embargo, se las pasa a su pequeña nieta pues ella es “la que tiene el sazón”.

Si se hace el ejercicio de adoptar una perspectiva que busque convertir los recursos actuales en oportunidades, estos saberes pueden ser vistos como herramientas para el empoderamiento femenino. De hecho y retomando la experiencia narrada por Ripley, a nivel cultural ya está establecido que la mujer es la principal portadora del saber gastronómico y que está dentro de su papel el que se encargue de dar vida a los fogones de su familia y, en muchos casos de su comunidad, fundamentando su quehacer en el saber heredado, en las recetas tradicionales que le fueron legadas en un proceso propio de la transmisión patrimonial y que le ha permitido aprender haciendo, e incluso continuar ejerciendo este rol para posteriormente transmitirlo a las nuevas generaciones. En algunos casos, más que ejercer el rol en su entorno nuclear, la práctica se desarrolla a nivel comunitario o colectivo y, con algo de ayuda externa, se han observado casos en los que sus posibilidades aumentan exponencialmente.

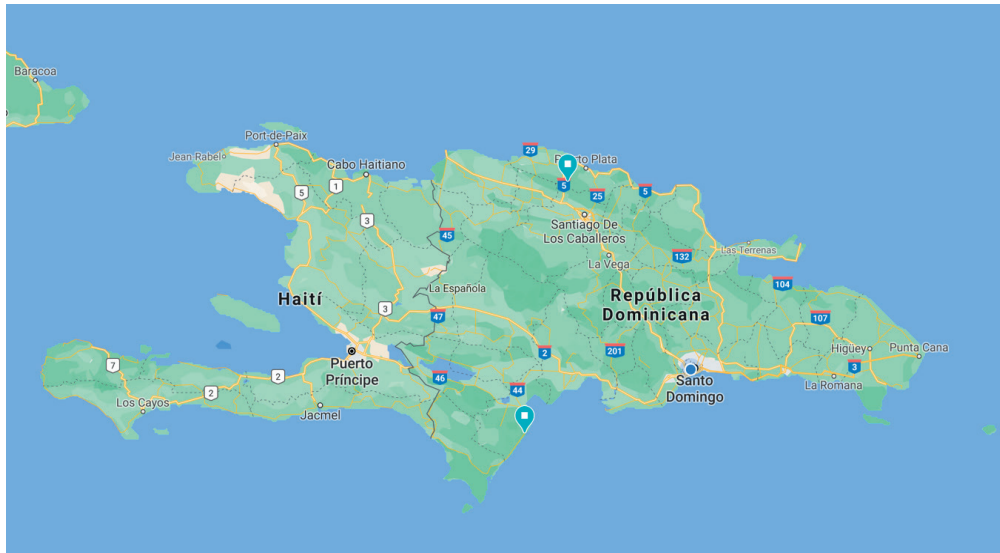
3.3. El contexto colectivo

En lo que a colectivos se refiere, en la República Dominicana se aprecia un significativo número de grupos o conglomerados informales y, dentro de las estructuras convencionales, se identifican asociaciones, sociedades, sindicatos y cooperativas. Por su relevancia y nivel de popularidad, se presentarán trazas para comprender el último tipo. El cooperativismo fue instituido en la República Dominicana en 1945 y, como “Sector Cooperativo Organizado”, ha presentado un relevante crecimiento. Actualmente hay más de 1.000 cooperativas formalmente adscritas a este formato y un estimado de socios que equivale al 22% de los dominicanos mayores de edad, según los datos compartidos por el “Instituto de Desarrollo y Crédito Cooperativo (IDECOOP)”. De hecho, hacia finales de 2019 el entonces presidente del Consejo Nacional de Cooperativas afirmaba que en los últimos veinte años el sector de las cooperativas había crecido un 82%.

Estas cifras evidencian la penetración de las cooperativas en el engranaje social dominicano, sin embargo, al observar la naturaleza de las instituciones inscritas, es notable una reducida diversificación. Según el Estudio: Impacto Socioeconómico del Cooperativismo en República Dominicana, hacia finales de 2017 estaban formalizadas en el país 653 cooperativas, de las cuales un 71% correspondía a un mismo renglón: el financiero. La razón de esta predominancia parece deberse a que, la vocación de este tipo de instituciones de responder a las necesidades de distintos grupos sociales, como el recibir servicios que suelen negarles las instituciones bancarias tradicionales. De hecho, resulta notable la inexistencia de cooperativas dedicadas a renglones como el turismo, la gastronomía y la cultura las cuales suelen etiquetarse bajo la categoría de “Servicios Múltiples” y que, según dicho estudio, representa el 26,29% del total registrado.

Es precisamente dentro de estos colectivos que encontramos los dos casos de éxito que sirven como ejemplo, uno bajo el formato de cooperativa y otro bajo el de fundación, y que han sido elegidos por encontrarse en una zona rural, ser liderados por mujeres y tener, dentro de su oferta, un fuerte componente alimentario. Los casos seleccionados han sido:

1. La Cooperativa Agropecuaria y de Servicios Múltiples para el Desarrollo de La Ciénaga (COOPDECI), ubicada en una zona rural de la región sur-oeste de la República Dominicana.
2. El Chocolate de la Cuenca de Altamira (Chocal), ubicado en una zona rural de la región norte de la República Dominicana.



Fuente: elaboración propia vía Google Maps.

Figura 2. Mapa de La Hispaniola marcando la ubicación de los dos casos seleccionados como objeto de análisis.

4. Casos de éxito

4.1. Caso #1: COOPDECI

En cualquier callejón de la geografía nacional encontramos “nano comedores”, pequeños espacios que muchos llamarían cuchitriles, que sueñan con ser restaurantes y que destacan por su característico sazón criollo. Un ejemplo [...] surgió en Barahona cuando un grupo de mujeres tiró de la creatividad para aprovechar el excedente de las cosechas de sus maridos y detener el desperdicio de lo que ellas consideraban materia prima de calidad. Primero comenzaron a hacer mermeladas caseras y, apostando al poder de lo comunitario, crearon la Cooperativa Agropecuaria y de Servicios Múltiples para el Desarrollo de La Ciénaga (COOPDECI). Lo que inició como un pequeño emprendimiento, ha recibido apoyo gubernamental y de la comunidad internacional, diversificándose hasta abrir una fábrica de mermeladas con equipamiento industrial y distribución nacional (Martínez Sosa, 2019).

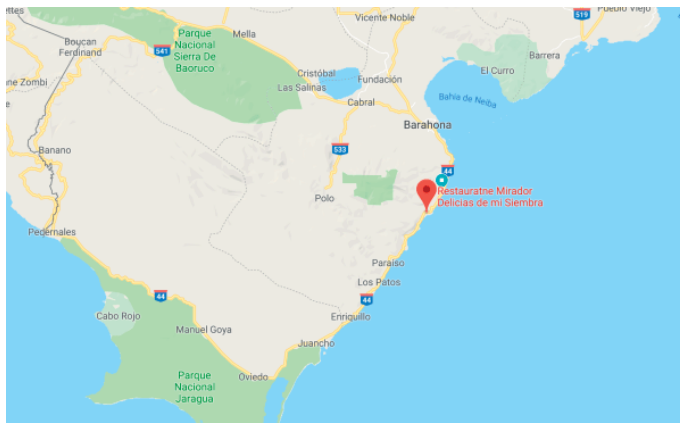


Fuente: Martínez Sosa para Quemashago.com

Figura 3. COOPDECI.

Adicionalmente y a raíz del éxito de sus mermeladas, este colectivo creó varios proyectos más:

“Delicias de mi Siembra” un pequeño comedor que rescata y honra las recetas de las abuelas con una sabrosa propuesta que incluye platos típicos de la Región Enriquillo, elaborados con ingredientes frescos tanto del mar como de la tierra que son cultivo y pesca de los habitantes de la comunidad [...]. Hacen también funciones de agencia de viajes, organizando tours en la zona y ofreciendo a sus clientes la posibilidad de disfrutar de un hospedaje comunitario, donde permiten al visitante una inmersión en la auténtica cultura rural dominicana (Martínez Sosa, 2019).



Fuente: elaboración propia vía Google Maps.

Figura 4. Mapa de Delicias de mi Siembra, Barahona.

COOPDECI nace con el objetivo de contribuir al crecimiento de comunidades en Barahona, República Dominicana y ha logrado captar ayudas de distintas agencias y gobiernos locales e internacionales, beneficiando de forma directa a unas 30 personas de la comunidad.

Donde más han llegando a destacarse es a través de la rama gastronómica, la cual es caracterizada en las populares mermeladas y responde a “una idea sencilla: en vez de perder las frutas asociadas a la producción del café de sombra, un pequeño grupo de mujeres optó por dotarlas de valor mientras hacían uso de las recetas de sus madres y abuelas. Nació así una sabrosa gama de jaleas bautizada como mermeladas “De mi Siembra”, elaboradas a partir de pulpa de frutas tropicales cultivadas y cosechadas de forma artesanal, libres de pesticidas o abonos químicos, en las montañas del Bahoruco Oriental” y con sabrosa diversidad (Martínez Sosa, 2019).

4.2. Caso #2: “El Chocal”



Fuente: Martínez Sosa para Quemashago.com.

Figura 5. Fachada del Chocal.

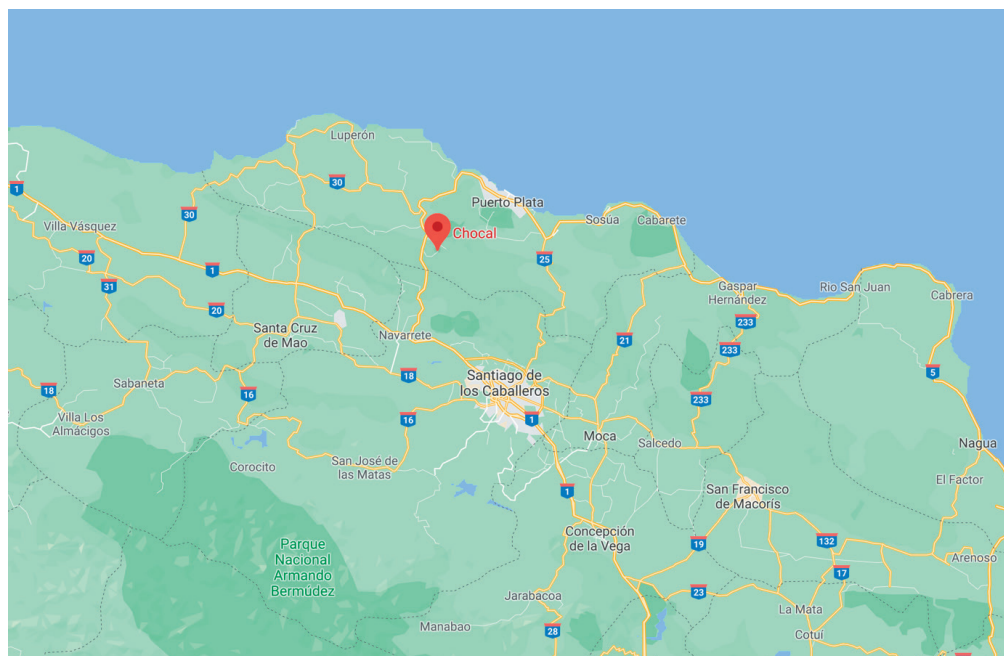
En el municipio de Altamira, Provincia Puerto Plata de la República Dominicana, desde 2008 existe una empresa asociativa comunitaria que opera con el nombre de Chocolate de la Cuenca de Altamira o “Chocal” y que aprovecha las tierras de la cuenca del Río Bajabonico, idóneas para la siembra del cacao. Al igual que en el ejemplo presentado anteriormente, esta iniciativa surge como solución al desperdicio y, en este caso en particular, para controlar la frecuente necesidad de rematar los precios cuando se trabaja con grandes industrias. La idea consistió en no solo proveer la materia prima, sino usar ese excedente para realizar un producto terminado y con posibilidad de ventas directas, constantes e incluso masivas.

Esta chocolatería tiene la peculiaridad de que es co-gestionada por una entidad que se encarga de la financiación y el asesoramiento (Fundelosa), [...] ha generado más de una treintena de nuevos empleos [...] incrementando los niveles de ingresos y su distribución en familia rural de Altamira. Lo que crece en su tierra es allí mismo procesado aportando así una vía segura de desarrollo a través de la agroindustrialización.

Estas mujeres, ejemplo para toda la comunidad, no sólo reciben salarios por la labor realizada en la procesadora y son responsables de la producción, sino que en su calidad de co-propietarias reciben beneficios sobre los resultados de su negocio. Así, pasaron de ser amas de casa o auxiliares de limpieza a ser dueñas de su propia empresa y desde sus respectivos roles, a aportar en los ingresos familiares y a dinamizar la economía de su comunidad. (Martínez Sosa, 2014a).

En el caso de Chocal, la ayuda recibida provino de organismos tanto internacionales como locales como la United States Agency for International Development (USAID), la Unión Taiwán

y, a nivel local, el Instituto Nacional de Formación Técnico Profesional (Infotep). (Martínez Sosa, 2014a).



Fuente: elaboración propia vía Google Maps.

Figura 6. Mapa de ubicación del Chocal, Puerto Plata.

4.3. El impacto de la Responsabilidad Social Corporativa

Aunque ambos casos presentados tienen múltiples semejanzas, dignas per se de ser consideradas como parte de un estudio más profundo, es destacable cómo los dos casos han logrado una mayor trascendencia al haber sido beneficiados por una iniciativa de responsabilidad social corporativa ejecutada por el Grupo empresarial CCN para la promoción del patrimonio natural, monumental, artístico y gastronómico criollo. Según el Sr. Alejandro González Cuadra (vicepresidente ejecutivo de CCN), la iniciativa Corazón Dominicano nace:

Para contribuir con el alivio de la pobreza a partir de incidir en un crecimiento económico inclusivo, que llegue a la mayoría de la población. Mejorando el rendimiento y la sostenibilidad de los empresarios locales. En el transcurso de 6 años [Corazón Dominicano] ha incorporado a más de 30 pequeños micro-empresarios, grupos y asociaciones de diferentes zonas rurales del país que elaboran productos artesanales como son la miel, mermeladas, cacao, quesos, entre otros, donde ha mantenido un crecimiento sostenido durante este tiempo. (Quemashago.com, 2018).



Fuente: elaboración propia.

Figura 7. Puesto de venta de los productos de Corazón Dominicano en Santo Domingo, República Dominicana.

El objetivo principal de Corazón Dominicano es “apoyar el desarrollo de proveedores rurales, pequeños y medianos empresarios y con el objetivo de potencializar el valor de sus productos abriendo canales de comercialización masiva”. Hacia 2014, 4 años después de su lanzamiento, esta iniciativa había identificado y apoyado “al desarrollo de proyectos en 13 provincias del territorio nacional, ha contribuido con 33 entes productores en cuatro diferentes renglones” (Martínez Sosa, 2014b).

El grupo CCN, además de habilitar espacios para la creación, distribución y comercialización de productos alimentarios de confección local, han incursionado también en elementos coleccionables como juegos de tazas, libros, documentales y otros productos bajo las marcas: Orgullo de mi Tierra, Arte de Café y Corazón Dominicano, siendo la más reciente de ellas “Origen Nacional”, una cartera lanzada en 2020 que utilizando el origen dominicano como diferenciador de valor, engloba distintos artículos de producción local y artesanal.

5. Resultados y conclusiones



Fuente: elaboración propia.

Figura 8. Parte de las mujeres que conforman COOPDECI, Barahona, República Dominicana.

En las zonas rurales de la República Dominicana hay grupos de mujeres que han logrado desafiar los obstáculos hasta hacer de ellos su fortaleza, llevando innovación y desarrollo a sus entornos sociales y valiéndose de elementos culturales se han convertido en más que portadoras, en guardianas de su patrimonio.

Tomando como herramienta de lucha ese saber heredado, estas mujeres han labrado el camino hasta volverse emprendedoras y colmadas de valentía han aprendido a usar su cultura inmaterial como herramienta de empoderamiento rural, con especial poder para nutrir, entre otras cosas, la calidad de vida de sus familias y comunidades.

Confiadas en que su unión hará la fuerza, se agrupan en colectivos que se caracterizan por un notable liderazgo femenino y por su destacada incidencia. A través de sus acciones contribuyen a:

- La integración comunitaria al mercado laboral y la creación de puestos de trabajo directos e indirectos.
- La incubación de espacios formativos y oportunidades de aprendizaje de nuevas profesiones y destrezas.
- La conservación medioambiental y puesta en valor de los recursos naturales.
- La apreciación del patrimonio cultural inmaterial, su conocimiento y promoción.

Elas han tirado de la creatividad y aprovechado no solo las características de su contexto geográfico, sino incluso el excedente de las cosechas, convirtiendo lo que en otras situaciones se hubiera vuelto desperdicio, en materia prima y permitiendo que millones de compatriotas puedan disfrutar de los exquisitos sabores que se desprenden de su herencia patrimonial alimentaria, mientras contribuyen a la creación de oportunidades en sus zonas rurales.

Partiendo de la definición ofrecida por el diccionario de la RAE, estas féminas bien pueden ser consideradas museos vivientes pues sirven como “lugar en que se conservan y exponen colecciones” que yendo más allá de los objetos artísticos y científicos, se valen de la producción local para alcanzar una alta complejidad culinaria, demostrando su -muchas veces magistral- dominio de variables como textura, aroma y perfil de sabor.

Es así como, en lugares inicialmente condenados por las desigualdades, esas mujeres son ejemplo vivo de que el liderazgo femenino sirve como un auténtico potenciador del desarrollo sostenible y tiene el poder de cambiar a los distintos municipios, su gente y, por tanto, al país.

Bibliografía

- Andújar Persinal, C. (2019). Modernidad y tradición en RD ¿cambio de mentalidad? *Acento*. <https://acento.com.do/2019/opinion/8739329-modernidad-y-tradicionalidad-en-rd-cambio-de-mentalidad/>
- CEG-INTEC, C. de E. de G. (2018). Desigualdades entre mujeres y hombres en todos los ciclos de vida. Evidencias de exclusión social en la República Dominicana: una nota crítica. *Ciencia y Sociedad*, 43(2), 67-80. <https://doi.org/10.22206/cys.2018.v43i2.pp67-80>
- CEPAL - Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2019a). Indicadores Sociales Básicos en la Subregión Norte de América Latina y el Caribe.
- CEPAL - Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2019b). Programas sociales, superación de la pobreza e inclusión laboral.
- CEPAL - Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2019c). Panorama Social de América Latina, 2019. ISBN: 9789211220292. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/44969-panorama-social-america-latina-2019>
- CEPAL - Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2017). Brechas, ejes y desafíos en el vínculo entre lo social y lo productivo.
- CRESPIAL, Centro Regional para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial de América Latina (2020). Patrimonio Cultural Inmaterial y Conflicto Armado. Reflexiones sobre Patrimonio Cultural Inmaterial en Latinoamérica.
- EL NACIONAL (2019) *Vaticinan crecimiento sector cooperativas*. <https://elnacional.com.do/vaticinan-crecimiento-sector-cooperativas/>
- EL NACIONAL (2020). *Raquel Arbaje dice Gobierno beneficiará a mujeres rurales en medio de pandemia*. <https://elnacional.com.do/raquel-arbaje-dice-gobierno-beneficiara-a-mujeres-rurales-en-medio-de-pandemia/>

- Frieri, Sandra (Comp.) (2014). *Manual de herramientas participativas para la identificación, documentación y gestión de las manifestaciones del Patrimonio Cultural Inmaterial. Convenio Patrimonio Cultural Inmaterial desde la perspectiva local*. Bogotá: Ministerio de Cultura & Tropenbos Internacional Colombia.
- Guisquin, M. (2019). *Situación de las juventudes rurales en América Latina y el Caribe*. Serie Estudios y Perspectivas-Sede subregional de la CEPAL en México, N° 181 (LC/TS.2019/124-LC/MEX/TS.2019/31), Ciudad de México, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).
- La Hoz, D. (2017). *El cooperativismo en República Dominicana*. Diario Digital. <https://www.diariodigital.com.do/2017/04/24/cooperativismo-republica-dominicana.html>
- Martínez Sosa, M. (2013) *Delicias de mi Siembra*. Quemashago. <https://quemashago.com/turisteo/delicias-de-mi-siembra>
- Martínez Sosa, M. (2014a). *Chocal*. Quemashago. <https://quemashago.com/turisteo/el-chocal-chocolate-que-te-endulza-el-alma>
- Martínez Sosa, M. (2014b). *Corazón Dominicano*. <https://quemashago.com/pa-que-sepas/recomendamos/corazon-dominicano>
- Martínez Sosa, M. (2015). *Mermeladas De mi Siembra*. Quemashago. <https://quemashago.com/pa-que-sepas/recomendamos/mermeladas-de-mi-siembra>
- Martínez Sosa, M. (2019) Los comedores: emprendimiento, gastronomía y turismo en RD. <https://remolacha.net/2019/09/los-comedores-dominicanos/>
- Martínez Sosa, M. (2020). *Comunicación de la cultura en la República Dominicana, impedimentos para la difusión y su relación con la pobreza*. Tesis Doctoral. Valencia: Universitat Politècnica de València.
- ONE - Oficina Nacional de Estadística. (2012). *Metodología para el cálculo de la medición oficial de la pobreza monetaria en República Dominicana*.
- ONE - Oficina Nacional de Estadística. (2019). *Dominicana en Cifras*.

TRABAJAR LA INCLUSIÓN A TRAVÉS DE LA CULTURA MATERIAL Y LAS PROYECCIONES HOLOGRÁFICAS

Cristina Alacreu Girón ^a, M^a Jesús Benlloch Sanchis ^a, Clara Isabel Pérez Herrero ^b

^aCentro de Formación Folgado. orientacion@cffolgado.com

^bMuseu Comarcal de l'Horta Sud Josep Ferrís March. museu@museuhortasud.com

Abstract: Transversal education oriented to the management of cultural diversity is a growing trend that involves various educational actors and requires knowledge of the culture itself in order to know the origins of otherness. The Museu Comarcal de l'Horta Sud and the Centre de Formació Folgado work in this direction through the Erasmus + INCLUMAP project with students of Basic Professional Training (project 2019-1-IT02-KA201-062851 funded by the Italian National Agency INDIRE and coordinated by Cisisita Parma scarl). Thus, INCLUMAP is presented as an opportunity for cultural rapprochement among young people using active learning methodologies and Information and Communication Technologies (ICT), specifically, through 3D design applications and holographic projections. The ultimate goal is to create a virtual classroom museum that represents all students. Museums and educational centers in Italy, Spain and Portugal participate in this project. We present here the general lines of the project and focus on the first part, dedicated to gastronomy. Finally, we make an assessment of the preliminary results and provide reflections on the multivocal approach in the classroom and in the museum.

Keywords: gastronomy, cultural diversity, museum, education, holograms.

Resumen: La educación trasversal orientada a la gestión de la diversidad cultural es una tendencia en alza que compromete a diversos actores educativos y que requiere el conocimiento de la propia cultura para poder conocer los orígenes de la alteridad. El Museu Comarcal de l'Horta Sud y el Centre de Formació Folgado trabajan en esta dirección en proyecto Erasmus+ INCLUMAP con alumnos de Formación Profesional Básica (proyecto 2019-1-IT02-KA201-062851 financiado por la Agencia Nacional Italiana INDIRE y coordinado por Cisisita Parma scarl). INCLUMAP, se plantea como una oportunidad de acercamiento cultural entre los jóvenes utilizando metodologías de aprendizaje activo y las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), en concreto, a través de aplicaciones de diseño 3D y de proyecciones holográficas. El objetivo final es la creación de un museo virtual del aula que represente a todos los alumnos. Presentamos aquí las líneas generales del proyecto y nos centramos en la primera parte, dedicada a la gastronomía. Finalmente, hacemos una valoración de los resultados preliminares y aportamos reflexiones sobre el enfoque multivocal en el aula y en el museo.

Palabras clave: gastronomía, diversidad cultural, museos, educación, hologramas.

Citar como: Alacreu Girón, C., Benlloch Sanchis, M.J., Pérez Herrero, C.I. (2021). Trabajar la inclusión a través de la cultura material y las proyecciones holográficas. En *Actas del II Congreso Internacional sobre Patrimonio Alimentario y Museos*. 11-12 noviembre, 2020, Valencia, España. pp. 169-181.

1. Introducción

La sociedad europea actual es más que nunca multiétnica y multicultural, gracias a los flujos migratorios que se han producido en todos los países europeos durante décadas, tanto es así que ya asistimos a una generación de jóvenes nacidos en Europa de padres extranjeros, que aportan riqueza y diversificación en términos de cultura y patrimonio que deben ser valorados no solo para una inclusión total de todos los temas, sino también para permitir la autorreflexión sobre las raíces y el significado de las propias tradiciones, nativas o migratorias.

El proyecto ERASMUS PLUS IN.CLU.MAP. (proyecto 2019-1-IT02-KA201-062851 financiado por la Agencia Nacional Italiana INDIRE y coordinado por Cisita Parma Scar l), desarrolla programas educativos innovadores, promoviendo la mejora del patrimonio cultural de los países involucrados, Italia, España y Portugal, en sinergia con los museos locales y al mismo tiempo la plena integración de los estudiantes de las instituciones educativas afectadas por la migración. Se han seleccionado cuatro áreas territoriales caracterizadas por su propia especificidad en cuanto a tradiciones, cultura local, patrimonio material y flujos migratorios: Emilia Romagna, Lombardía, Valencia y la región norte de Portugal.

IN.CLU.MAP. involucra a cuatro instituciones de educación secundaria con un porcentaje de estudiantes extranjeros, migrantes de primera o segunda generación, entre 10% y 30%, distribuidos entre Italia, España, Portugal, países del sur de Europa expuestos a la migración y el mestizaje cultural durante siglos, gracias a contactos con poblaciones mediterráneas, a los que se han agregado flujos migratorios desde antiguas colonias o por mar, lo que convierte a estos países en un objetivo para muchos migrantes que buscan acceder a la UE. En Parma, colabora el Instituto de Educación Secundaria Técnica y Profesional de Bachillerato "CE Gadda"; en Como, el Instituto Técnico "Paolo Carcano", especializado en tecnologías textiles y moda; en Valencia, el Centro de Formación Folgado, orientado hacia la ingeniería, y en Castelo Branco, el Instituto Agrícola Profesional Quinta da Lageosa.

Estos centros educativos trabajan en estrecha colaboración con cuatro museos etnológicos locales especializados en alimentación (Musei del Cibo, Parma), indumentaria (Museu della Seta di Como), agricultura (Museu Comarcal de l'Horta Sud, en Torrent, València) y pesca (Museo Etnológico Povoia de Varzim).

Estos equipos de trabajo cuentan con el asesoramiento de Gruppo Scuola di Parma, especialistas en el uso de tecnologías digitales para la enseñanza innovadora e inclusiva, que se encargan de la formación en la creación de hologramas.

El proyecto implica el diseño y experimentación de 4 programas didácticos interdisciplinarios, orientados a la reconstrucción, recuperación y puesta en valor del patrimonio tradicional relacionado con la cultura material de todos los estudiantes, nativos y migrantes, que conforman las nuevas comunidades de aprendizaje multiculturales y estratificadas; cada programa estará dedicado a un indicador relativo al Marco de la Civilización, según el enfoque historiográfico de Fernand Braudel:

Producto intelectual 1: programa educativo relacionado con la gastronomía;

Producto intelectual 2: programa educativo relacionado con la indumentaria;

Producto intelectual 3: programa educativo relacionado con los objetos de trabajo;

Producto intelectual 4: programa didáctico relacionado con la vivienda y los objetos de la vida cotidiana.

El proyecto involucra a los estudiantes, nativos y migrantes de primera y segunda generación, a sus familias, al profesorado de secundaria y a los técnicos de museos.

La reconstrucción de los 4 indicadores de la cultura material se completará con el modelado 3D de los objetos que pertenecen a cada civilización representada en las clases escolares de hoy.

En este artículo presentamos las acciones realizadas en el marco relativo a la gastronomía y los primeros resultados del programa educativo desarrollado conjuntamente por el Centro de Formación Folgado y el Museu Comarcal de l'Horta Sud.

El Museu Comarcal de l'Horta Sud se halla ubicado en Torrent, en una casa típica de l'Horta, que muestra los modos de vida agrícolas de principios del siglo XX. Es gestionado por un consorcio mixto con representación de la Mancomunitat de l'Horta Sud, el Ayuntamiento de Torrent, Caixa Rura Torrent y la Fundació Horta Sud. Fue concebido como un centro dinamizador de la comarca y mantiene una programación variada fundamentada en colaboraciones con el tejido asociativo local.

El Centro de Formación Folgado ofrece formación profesional oficial básica y de grado medio, así como formación para el empleo y especialización (*Master en tecnologías emergentes y nuevos modelos de negocio en agricultura 4.0*). La formación profesional se centra en las áreas de especialización en el campo de la manufactura de maquinaria y de la pesquería marítima. Por otra parte se ofrecen cursos de formación en diferentes campos (agricultura, electricidad y electrónica, energía y agua, hostelería y turismo, seguridad y medio ambiente, servicios sociales y comunitarios y transporte y mantenimiento de vehículos).

Han participado alumnos de primer y segundo curso de FP Básica en la especialidad de Manufacturas Metálicas, de edades comprendidas entre los 15 y 17 años, mayoritariamente varones, procedentes de Valencia, Marruecos, Camerún, Honduras, Bolivia y Brasil, junto con profesores de Dibujo Técnico, Biología, Matemáticas, Física, Historia, Economía y un equipo de mediación, así como personal técnico del Museu Comarcal.

2. Objetivos

El objetivo general del proyecto es desarrollar (diseñar, probar y publicar, en forma de un recurso educativo abierto), de manera coherente con un enfoque de aprendizaje de servicio estructural, nuevos programas de enseñanza interdisciplinarios, enfocados al aprendizaje curricular de STE (A) M, habilidades necesarias para promover el diálogo intercultural y el ejercicio de una ciudadanía activa en las comunidades recién nacidas (lo que llamamos "neocomunidad") en varios países europeos, afectados por fenómenos migratorios intensos, para contrarrestar efectivamente los efectos potenciales de la segregación social y la discriminación en el acceso a diferentes y múltiples oportunidades educativas y formativas.

La propuesta se basa en la reconstrucción activa por parte de los estudiantes de "escenarios" y "guiones" relacionados con los indicadores de la civilización material, estratificados dinámicamente por flujos migratorios, recuperando primero las huellas y los testimonios más significativos dentro de las respectivas comunidades étnicas de pertenencia y permanencia. Luego trabajando,

con el método antropológico-cultural, multivocal y multisituado (Geertz, 2003), una reconstrucción de las nuevas “comunidades patrimoniales” emergentes, objeto del diálogo intercultural para una “descripción densa”, razonada y apoyada por las nuevas tecnologías de simulación (proyección holográfica) de objetos en 3D, para la representación posterior de nuevas civilizaciones multiétnicas, capaces de tener en cuenta las identidades y diferencias con respecto a los principales indicadores de la civilización (Braudel, 1963): nutrición, ropa, herramientas de trabajo, vivienda y vida cotidiana.

Los objetivos específicos del proyecto son los siguientes:

Promover el aprendizaje reflexivo de los estudiantes para facilitar su adquisición de nuevas competencias para el diálogo intercultural y la ciudadanía activa, basado en la fabricación de “comunidades de patrimonio” (tanto materiales como simbólicas), para reflejar los escenarios y patrones de civilizaciones de diferentes orígenes y procedencias, que coexisten dentro de una comunidad territorial como resultado de dinámicas migratorias.

Experimentar con nuevas prácticas de aprendizaje de servicio basadas en la participación activa de los estudiantes, sus familias y las instituciones culturales (museos, fundaciones, asociaciones) para la recolección etnográfica asistida metodológicamente y para la documentación científicamente correcta de testimonios relevantes sobre los indicadores de civilización material, que debe promoverse para un diálogo intercultural efectivo (como una alternativa a las dinámicas opuestas de asimilación y segregación) con los migrantes (reciente y segunda generación), en comparación con las comunidades patrimoniales emergentes, objeto de reconstrucción.

Activar nuevas iniciativas de enseñanza interdisciplinar, fomentar, gracias al enfoque de aprendizaje de servicio contextual y funcional, un aprendizaje curricular efectivo de las disciplinas STEM en integración con las disciplinas históricas, filosóficas, lingüísticas y religiosas, para permitir la producción de los objetos más significativos como indicadores de civilización dentro de las nuevas comunidades patrimoniales multiétnicas, gracias a la tecnología de proyecciones holográficas asistidas digitalmente, a partir de rastros circunstanciales como imágenes y fotos, sujetas a codificación digital, con la capacidad de regresar, de forma simulada en el entorno físico, la imagen tridimensional de objetos especialmente reconstruidos.

3. Desarrollo de la innovación

Para abordar el primer ítem del proyecto se diseñó un programa educativo que se ha desarrollado en su mayor parte en el Centro de Formación Folgado, realizándose algunas actividades en el Museu Comarcal de l’Horta Sud.

En cuanto a los objetivos específicos del programa educativo relacionado con la gastronomía, pretendemos transmitir la idea de que la comida no es sólo lo que ingerimos, sino también una expresión de quienes somos (identidad), de cómo vivimos (cultura) y de nuestra relación con el entorno que habitamos (paisaje). Proponemos una reflexión sobre cómo nuestros platos típicos han llegado a ser como son actualmente, y sobre cómo se ha formado la cultura gastronómica de un país.

Previamente al desarrollo del programa se realizó una encuesta exploratoria al alumnado con el objetivo de realizar un perfil del conjunto de la clase y explorar su motivación por las nuevas tecnologías. En especial nos interesaba saber su origen, valorar el conocimiento de su cultura y de la de la región donde viven actualmente (en caso de ser de origen migrante). De este cuestionario obtuvimos que el 30% del alumnado es de origen migrante (Argentina, Brasil, Colombia,

Hungría y Palestina), ya sea de primera o de segunda generación. Todos creen conocer su propia cultura y a la gran mayoría les interesan las nuevas tecnologías. También se realizó una formación sobre el proyecto y las tecnologías implicadas, orientado al profesorado.

Una vez valoradas las características de los grupos, se decidió que los alumnos de primer curso se encargarían de trabajar los contenidos relacionados con los indicadores culturales y los de segundo realizarían la parte técnica, creando los hologramas. Se diseñaron seis actividades sobre gastronomía a realizar en el Centro de Formación Folgado, tres actividades en el museo para el 1º curso de F.P. Básica y tres actividades para el 2º curso, relacionadas con el diseño 3D TinkerCAD.

Los contenidos de las actividades de primer curso están relacionados de manera transversal con las asignaturas del currículo: las fases históricas del desarrollo de la cultura latina, la relación entre clima, recursos y hábitos alimenticios, el origen de los ingredientes y el intercambio entre civilizaciones, sostenibilidad, desperdicio alimentario, comida local y cambio climático, similitudes y diferencias entre las diferentes regiones del proyecto relativas a los rituales y la preparación de alimentos.

En cuanto a los contenidos de segundo curso, relacionados con las nuevas tecnologías, se trabajó la instalación y uso de impresoras 3D, configuración y uso de un programa de laminado, diseño de figuras 3D con TinkerCAD y Onshape, representación de figuras a través de rasgos y medidas, búsqueda de imágenes en un repositorio gratuito, resolución de errores de impresión frecuentes y técnicas postprocesuales para mejorar la impresión.

Las metodologías empleadas se orientaron hacia la discusión y el autocuestionamiento, el aprendizaje colaborativo, la participación activa y la interacción grupal.

Actividades para 1º curso de FP Básica:



Fuente: C.F. Folgado (2020).

Figura 1. Actividad Street Food.

“Street Food” (Figura 1), actividad introductoria orientada a reflexionar sobre la alimentación y la diversidad cultural. Trataba sobre conocer las sinergias y diferencias de la gastronomía callejera en diferentes países. Se proyectó una presentación en la que aparecía comida callejera de diversos países y mediante exposición dialogada se debatió sobre la diversidad gastronómica, los tabúes alimentarios, el origen de los productos y el mestizaje cultural. Durante la presentación de la actividad se mostraban fotografías de los platos y de la forma de cocinarlos y además se iban realizando una serie de preguntas orientadas a generar debate y poder reflexionar sobre cómo la gastronomía forma parte de nuestra identidad y por qué algunos platos se compartían en diferentes regiones del mundo.



Fuente: C.F. Folgado (2020).

Figura 2. Actividad Calendario Agrícola.

“Calendario agrícola” (Figura 2), tomando como punto de partida un juego del Museu Comarcal de l’Horta Sud en el que hay que componer un calendario agrícola relacionando los meses del año con refranes relativos a tareas agrícolas y productos del campo, se trataron temas como el origen de muchas frutas y verduras que consumimos actualmente y que forman la base de nuestra dieta. Se hizo una revisión sobre la temporalidad y la proximidad, y además se habló del clima de algunos países donde se encuentran estos productos, sus recursos naturales y sus paisajes. Se reflexionó sobre la importancia de la interacción intercultural, gracias a la cual muchos de estos productos se han ido intercambiando y compartiendo por todo el mundo y han servido de base común para muchos de sus platos.

"*Taller de chocolate*", taller sobre el oficio de *xocolater*, típico de Torrent, ciudad donde se ubica el Museu Comarcal. El objetivo de esta actividad era conectar diferentes culturas y continentes a través de este alimento y los ingredientes que lo componen, como el cacao, el azúcar o la harina de arroz, o los instrumentos empleados en su fabricación, como el metate o molino de piedra. Los alumnos conocieron los orígenes del chocolate, el proceso de fabricación de un *bollet* y las herramientas tradicionales, degustaron diferentes tipos de chocolate y fabricaron ellos mismos su propio *bollet*. Además conocieron el origen oriental del azúcar de caña y su introducción en el continente americano por parte de los colonizadores españoles, junto con su sistema de producción en trapiches, que previamente fueron introducidos en la península por los musulmanes.



Fuente: Museu Comarcal de l'Horta Sud (2020).

Figura 3. Realización de tomas en 3D de piezas del museo.

"*Utensilios de cocina y preparación de alimentos*", esta actividad se desarrolló en dos partes: una visita a diferentes espacios del museo relacionados con la preparación, procesamiento y conservación de los alimentos, en la que los alumnos conocieron la vajilla tradicional, la cerámica de cocina, los oficios de peroler, cassoler y llanterner, los tipos de cocina tradicionales y los combustibles empleados, la elaboración de pan, los procesos de conservación de alimentos (conservas, embutidos, encurtidos y salazones), los pesos y medidas tradicionales, la elaboración del aceite y la relación de la agricultura con la transformación del paisaje. En la segunda parte, los alumnos seleccionaron piezas del museo relacionadas con la cocción y preparación de alimentos y realizaron vídeos en 3D (Figura 3). La visita finalizó con un cuestionario en el que se invitaba a los alumnos a reflexionar sobre la gastronomía como manifestación cultural, sobre su permeabilidad y evolución y sobre la relación entre gastronomía, paisaje y modos de vida.

Entrevista y propuesta de imagen en 3D. Comunicación con 2º curso de FP Básica. Esta actividad fue una forma de cerrar el tema realizando una encuesta que el alumnado podía grabar o transcribir. Se podía hacer de alumno a alumno (ambos de diferentes orígenes), o de un alumno a un miembro familiar. El objetivo de la encuesta era conocer los platos típicos de su país o región, los ingredientes de los mismos, el origen de los productos principales, quién prepara la comida, festividades o rituales asociados, si ese plato se consume en otro país o región. Se realizaron tres entrevistas por escrito sobre gastronomía a personas oriundas de Camerún, Bolivia y Honduras y se grabó una entrevista sobre alimentación tradicional de Argentina a la madre de uno de los alumnos. Después de obtener los resultados de las encuestas y analizarlos, se debatió sobre cuál era el objeto/comida/ingrediente gastronómico que mejor representa la multiculturalidad en el aula para posteriormente representarlo en 3D. Esta actividad se coordinó con el segundo curso de FP Básica.

Collage mural y galería de objetos 3D. La actividad final de primer curso se concretó en un collage mural en el que los alumnos decidieron seleccionar qué platos eran representativos de la esencia multicultural del grupo y en la realización de una galería de objetos 3D del museo en formato mp4 y 3 diseños de comida en TinkerCAD realizada por los alumnos de segundo. Con los diseños obtenidos, se realizará una "playlist", la cual será enviada al proyector holográfico con el objetivo de plasmar mediante una presentación en 3D, todo el trabajo realizado por el alumnado, reflejando el perfil multicultural del aula y de cómo la gastronomía nos une culturalmente.

Actividades para 2º curso de FP Básica:

Diseño e impresión 3D de un interruptor, actividades que tienen como objetivo la práctica del conocimiento espacial y geométrico mediante el programa TinkerCAD.

Diseño de elementos culinarios y alimentarios, actividad coordinada con los alumnos de primero, que tiene como objetivo crear una galería de hologramas de temática gastronómica que represente la diversidad cultural del grupo.

4. Resultados y conclusiones

En la valoración de los resultados es importante tener en cuenta que una parte de las actividades se han realizado de manera virtual a causa de la pandemia generada por el Covid-19, en concreto las entrevistas y recreaciones 3D. Algunos alumnos carecen de ordenador y han realizado los trabajos con el teléfono móvil, lo que ha dificultado alguna de las tareas, en especial las relacionadas con las recreaciones de objetos en 3D. La distancia también ha afectado a su motivación a la hora de concluir sus trabajos, algunos no han entendido que las actividades del proyecto IN.CLU.MAP eran parte de sus deberes de clase.

En consecuencia, muy pocos alumnos han podido trabajar en TinkerCAD, solo se han realizado tres recreaciones de platos en 3D, y no se enviaron en formato correcto.

En cuanto a la entrevista, la mayoría han rechazado grabarse, únicamente se ha registrado una de ellas. En esta actividad, los alumnos respondieron a un cuestionario con preguntas sobre los platos típicos de su país de origen, su vinculación a fiestas o rituales, su preparación, los ingredientes y su procedencia, las conexiones con otras culturas y su significado personal. En general, todos fueron capaces de enumerar los ingredientes, conectar estos platos con festividades e incluso se declararon capaces de cocinarlos, sin embargo, pocos pudieron conectarlos con otras

culturas o establecer el origen de algunos de ellos. Por ejemplo, en el caso del *Mondongo*, plato consumido en países latinoamericanos, los alumnos desconocían su origen español y tampoco eran conscientes de que una buena parte de los condimentos y verduras son originarios de Asia y el Mediterráneo. Los alumnos originarios del continente africano mostraron mayor conexión con las tradiciones propias y vecinas y en general, todos los alumnos manifestaron que la comida tradicional les recuerda su país de origen.

Todo esto nos hace plantearnos la posibilidad de recurrir a la entrevista como punto de partida para generar actividades que conecten de manera más directa con los referentes identitarios de los alumnos para deconstruirlos y buscar las conexiones entre ellos.

Por otra parte, el nuevo escenario de la pandemia nos obliga a desarrollar metodologías de trabajo capaces de motivar a los alumnos en la distancia y que garanticen la asepsia en lo presencial.

En cuanto a las actividades desarrolladas en el museo, el planteamiento multivocal o multicultural en este caso, supone una apertura de posibilidades en los contenidos y la didáctica, y la aplicación de la tecnología en 3D al registro de las piezas del museo, ha resultado enormemente motivadora para los estudiantes.

Finalmente, en la selección de platos representativos de la clase, los platos tradicionales comparten espacio con comida rápida americana, nachos (mejicana) y sushi (japonesa), con la que los alumnos se identifican y que es un signo del impacto de la globalización en la cotidianidad de estos jóvenes.

Con el proyecto en marcha, y con la coyuntura actual en plena pandemia, resulta algo precipitado extraer conclusiones, pero queda patente la potencialidad del enfoque y la metodología de trabajo para la creación de nuevos discursos con un enfoque más abierto a la complejidad de la sociedad actual. También resulta interesante el empleo de metodología de trabajo de campo etnográfico que, si bien no proporciona información en profundidad, sirve como herramienta previa para prospectar la realidad cultural que envuelve a la población residente, ya sea nativa o migrante.

Bibliografía

- Braudel, F.(1963) *Le monde actuel. Histoire et civilisations*. París. Edit. Librairie Classique Eugène Belin.
- Geertz, C. (2003) *La interpretación de las culturas*. Barcelona. Editorial Gedisa, S.A.

LA IMPORTANCIA DE LA ALIMENTACIÓN: REPRESENTACIÓN PICTÓRICA DE LA COMIDA ENTRE LOS SIGLOS XIII A XVI

Luisa Daniela Marroquín Sanabria

luisa.marroquin05@gmail.com

Abstract: Food is and has been key in Mediterranean culture. We find an example in banquet painting from the 13th to 16th centuries. When studying them from a multidisciplinary approach, they provide a broad knowledge of the society that produced them, since they allow us to contemplate and understand men and women of distant times: their customs, ways of eating, rituals at the table, utensils, rules of etiquette, ways of belief and expression, etc. Thanks to them we find similarities (and differences) between the society of that time and ours, we can see what they ate and understand that the foods represented had a symbolic meaning that allows us to know what they believed in. As at present, food not only fulfills a physiological function, but also a markedly social and cultural one. Hence the importance of its study. This knowledge makes possible a museum discourse that allows opening the doors of knowledge of a distant and little understood era. Food seen from this approach generates an empathic contact between distant people in time and space, in addition to allowing us to explore the deep roots of our present.

Keywords: food, dinners and banquets, painting, 13th to 16th centuries, art history, symbolic representation, iconography, iconology, museography.

Resumen: *La alimentación es y ha sido clave en la cultura mediterránea. Encontramos un ejemplo en la pintura de banquetes de los siglos XIII a XVI. Al estudiarlas desde un enfoque multidisciplinar proporcionan un conocimiento amplio de la sociedad que las produjo, ya que permiten contemplar y comprender a hombres y mujeres de épocas distantes: sus costumbres, formas de comer, rituales ante la mesa, utensilios, normas de etiqueta, formas de creencia y expresión, etc. Gracias a ellas encontramos semejanzas (y diferencias) entre la sociedad de dicha época y la nuestra, podemos ver qué comían y entender que los alimentos representados tenían un significado simbólico que nos permite saber en qué creían. Al igual que en la actualidad, la alimentación no solo cumple una función fisiológica, sino marcadamente social y cultural. De ahí la importancia de su estudio. Ese conocimiento hace posible un discurso museográfico que permite abrir las puertas del conocimiento de una época distante y poco comprendida. La alimentación vista desde ese enfoque genera un contacto empático entre personas distantes en el tiempo y el espacio, además de permitirnos explorar las profundas raíces de nuestro presente.*

Palabras clave: *alimentación, cenas y banquetes, pintura, siglos XIII al XVI, historia del arte, representación simbólica, iconografía, iconología, museografía.*

Citar como: Marroquín Sanabria, L.D. (2021). La importancia de la alimentación: representación pictórica de la comida entre los siglos XIII a XVI. En *Actas del II Congreso Internacional sobre Patrimonio Alimentario y Museos*. 11-12 noviembre, 2020, Valencia, España. pp. 179-205.

1. Introducción

Realidad y alegoría son dos elementos presentes e interconectados en muchas escenas pictóricas. Ejemplos significativos se pueden apreciar en las pinturas de banquetes de los periodos históricos denominados Edad Media y Moderna. En ellas es posible ver los interiores domésticos y cómo era la alimentación –generalmente de los grandes señores–, ya que los pintores se veían influenciados por su propio entorno para recrear los escenarios de las obras. Sin embargo, no se trata de fotografías que proporcionen calcos exactos de la realidad, puesto que contienen una carga simbólica inevitable de eludir que, por ejemplo, convierte a un festín con alimentos usuales en esas épocas como el pan, el cordero y el vino en una Última Cena.

Es fundamental entender que estas pinturas no son solo “obras de arte” para ser apreciadas estéticamente, ni tampoco son fuentes marginales de la Historia de la Alimentación, por el contrario, son “ventanas” abiertas que permiten al historiador del arte contemplar y comprender a hombres y mujeres de épocas distantes, sus formas de comer o sus costumbres y rituales ante la mesa; sus utensilios, sus trajes o sus normas de etiqueta; e incluso sus creencias y formas de expresión.

Asimismo, hay que insistir en que estas imágenes no son fotografías; en ellas no hay una realidad lineal o mecánica, sino representada y alegórica. Por ello, hay elementos que no aparecen perfectamente definidos o, incluso, que no están presentes; de ahí la importancia de la interdisciplinariedad y de escapar de lo meramente formal para tener una visión más amplia mediante la cual, con la ayuda de las fuentes documentales y los hallazgos arqueológicos, se pueda comprender mejor el pasado y por ende el presente, que tienen sus raíces más profundas en él.

La interdisciplinariedad para estudiar la Historia del Arte es imprescindible. En ese sentido ha sido conveniente el uso de dos metodologías diferentes: la Iconografía e Iconología para realizar la lectura, el análisis y la interpretación de las pinturas y la Historia de la Alimentación para abordar los factores sociales, económicos y políticos de la Edad Media y Moderna en la que éstas se desarrollaron.

De este modo, las escenas pictóricas de banquetes aquí no son simplemente “obras de arte” aisladas de su contexto o sublimadas por el paso del tiempo, ni “productos o mercancías” dentro de un sistema socioeconómico; sino que son fuentes gráficas centrales para la investigación histórico-artística, porque admiten la observación de la realidad y el estudio de los significados alegóricos, que juntos facilitan la comprensión global de la sociedad medieval y moderna y de sus formas de expresión a través del arte.

En este documento se ven ejemplos de imágenes pictóricas religiosas y seculares que, en su mayoría, representan el momento del banquete desde la perspectiva de la alimentación: los alimentos en sí mismos y las personas que los aprovechan. Las pinturas elegidas pertenecen a los ámbitos geográficos de España, Italia, Francia y los Países Bajos, y abarcan desde el siglo XIII hasta el XVI; tienen distintas técnicas y soportes, especialmente el óleo sobre tabla, el fresco mural y el libro miniado.

2. Objetivos

Analizar la pintura de banquetes de la Edad Media y Moderna desde dos aspectos concretos: la representación más o menos realista de los escenarios y el contenido simbólico que se

desprende del tema. Éstos deben ser entendidos de forma interrelacionada puesto que se condicionan mutuamente y unidos son capaces de crear mensajes sean religiosos, por ejemplo, los cenáculos, o sean de exaltación del poder social, como el banquete de un rey.

Asimismo, se trata la Historia del Arte desde una visión interdisciplinar en la que la explicación de las obras no se restringe a lo formal o a lo que tradicionalmente se considera como iconográfico, sino que pretende contribuir a un conocimiento más profundo de la sociedad que las ha producido, sacando a la luz los siguientes aspectos:

En primera instancia estudiando de esta manera las escenas pictóricas de banquetes y posteriormente generando didácticas gracias a la museografía, se pueden desmentir ciertas creencias populares que señalan a esas épocas, especialmente a la Edad Media, como oscuras y salvajes, con personas completamente subyugadas por la religión, misóginas y desgraciadas. Puesto que se ve un mundo organizado, lujoso, agradable, lleno de reglas de etiqueta y buen comportamiento y con una gran variedad de alimentos y utensilios. Si bien es cierto que esas imágenes pertenecen a un sector elevado de la sociedad, que dan casi siempre una impresión de abundancia y que no suelen incluir otros contextos; su estudio junto con la lectura de documentos y los hallazgos arqueológicos, han demostrado que estos periodos históricos de tenebrosos e inhumanos no tenían rastro y dejan ver una mesa "menos romántica, pero más auténtica en sus contrastes" (Flandrin y Montanari, 2004, 676).

En segunda, el análisis de las imágenes también permite ver las semejanzas (y diferencias) que hay entre esas sociedades y la nuestra, a la hora de disponerse ante una mesa para alimentarse. En ellas se observan personas que, como nosotros, comen, comparten, debaten, se deleitan y se divierten; tampoco han cambiado radicalmente algunos de los utensilios o muebles: las sillas, mesas, alacenas, cucharas o cuchillos representados nos son muy familiares e incluso algunas recetas siguen estando vigentes, por ejemplo, la de la pasta.

3. Desarrollo de la innovación

El historiador y gastrónomo italiano Massimo Montanari explica que el gusto es un saber y una valoración que proviene primero del cerebro que de la lengua y es una realidad cultural colectiva y comunicada que se transmite a las personas desde el día en que nacen (Montanari, 2014), por ello es posible acercarse a la experiencia gastronómica medieval y moderna, puesto que el gusto, bajo los anteriores parámetros, pudo ser transmitido a través de la vista por medio de las representaciones de banquetes y cenas.

La importancia de las representaciones figurativas en este ámbito va más allá del gusto ya que su valor comunicativo permite ver aspectos de la vida cotidiana como las técnicas usadas para cocinar, los alimentos que consumían, las formas y las dimensiones de los utensilios, las maneras de comportarse o los rituales ante la mesa. Resulta importante subrayar que el objeto de estudio no son fotografías, sino imágenes pictóricas complejas y de difícil lectura, muchas veces con contenidos simbólicos, que no revelan una realidad "milimétrica".

Para analizar y entender las obras sirven las fuentes documentales, por ejemplo, los libros de recetas, que tuvieron un enorme florecimiento en Italia, España y otros países europeos desde el siglo XIII; los tratados de medicina e higiene que dedican un espacio a las cuestiones dietéticas; o los de agricultura y los de buenas maneras, especialmente interesantes porque permiten

entender que los alimentos sirvieron para distinguir a las personas y señalar su *status*, su grado de riqueza y de poder.

También es significativa la información que la Arqueología brinda al estudio de la Historia del Arte con el hallazgo de elementos como restos de comida o de enseres domésticos como vajillas, utensilios o muebles que se pueden contrastar con las escenas pictóricas.

Otro elemento a tener en cuenta es que el sistema alimenticio medieval y moderno tenía su propia gramática (Montanari, 2014), un alimento podía expresar muchos otros conceptos, por ejemplo el ajo, la cebolla o el puerro fueron usados especialmente en la dieta campesina y bárbara, a partir de ese hecho empezaron a ser considerados como un indicio de inferioridad cultural, hasta el punto en el que aparecieron en múltiples anécdotas medievales con un significado negativo o despectivo, llegando a convertirse en un símbolo de la corrupción y el pecado. Asimismo, la pintura cuenta con su propia gramática que interactúa con la antes mencionada, recibiendo influencias e influenciándola, creando un “sistema lingüístico” diverso al de la realidad histórica, llamado iconografía.

3.1. Alimentos para todos. Pintar lo que se come

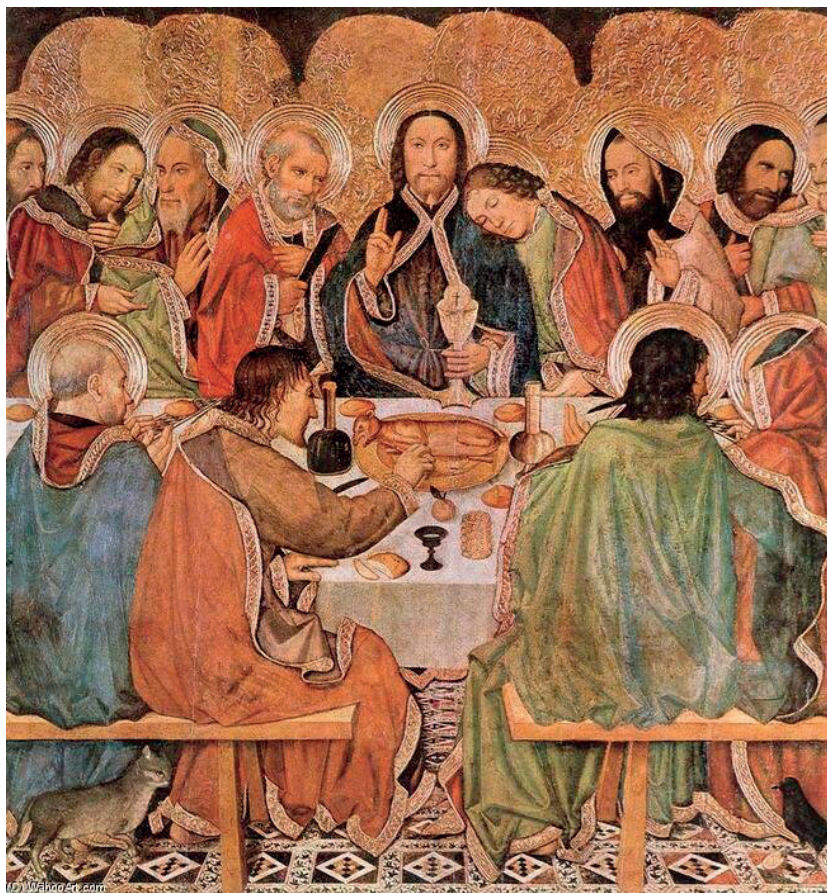
A diferencia de lo que se cree popularmente, la gente en la Edad Media y Moderna tenía gustos refinados y complejos. En términos generales su cocina tenía la premisa de la mezcla de sabores, una herencia que venía desde la Antigüedad y que adquirió tal importancia que, por ejemplo, el buen caballero era aquel que podía distinguirlos y apreciarlos. La dietética sostenía que los alimentos equilibrados eran los que contenían todas las cualidades nutricionales y, por ende, todas las virtudes, de este modo cocinar era “el arte de las combinaciones” y posibilitaba la transformación del gusto natural de un producto en algo “artificial”.

La experiencia gustativa era fundamental y por ello hubo predilección por los sabores agri-dulces y la combinación dulce-salado que se consiguió mediante el uso del azúcar y el agraz, del vinagre y el zumo de naranjas o la mermelada para untar la carne. También gozaban de los alimentos edulcorados, valorados por su propiedad de conservarse mejor como es el caso de las confituras. Para modificar los sabores asimismo contaron con las especias, la sal, el azúcar o la miel, casi siempre citados en los textos como elementos raros, valiosos y especiales.

El placer que proporcionaban los alimentos en las papilas gustativas también fue fundamental para diferenciarse socialmente de aquellos que no se lo podían permitir. Aquí se puede establecer un paralelismo con las obras pictóricas que eran, como el buen gusto, solo para los ricos y es por ello que en las imágenes plasmaron especialmente su estilo de vida.

3.2. La carne. Sacrificio, lujo o fuerza vital

La representación de la carne en la pintura de banquetes es muy frecuente, tanto en la religiosa como en la profana. Era un alimento muy usual en los convites de la Edad Media y Moderna y por lo tanto en las representaciones pictóricas. En muchos casos tenía un carácter simbólico como se puede ver en la Última Cena de Jaume Huguet (Figura 1). Aquí Jesús y los Apóstoles están reunidos en torno a una mesa rectangular sobre la que se ve pan, vino y un plato con un cordero asado –alimento que prefigura el sacrificio de Jesucristo y la salvación que se obtiene al seguir su camino (Frigerio, 2011)–.



Fuente: Museo Nacional de Arte de Cataluña.

Figura 1. Última Cena. Jaume Huguet (1463-1475).

En el Antiguo Testamento el cordero aparece como un animal de sacrificio, en el Nuevo la figura se transforma en la imagen de Jesús:

“He aquí el Cordero de Dios que quita el pecado del mundo” (Jn 1:29.)

de ahí su importancia en esta escena que representa a su vez la cena pascual judía y la revelación del traidor porque, mientras el Señor instituye la Eucaristía, Judas se delata al extender el brazo hacía el plato, como se lee en Mateo 26:20-25:

“Jesús les dice: aquel que mete la mano en el plato conmigo, me traicionará. El Hijo del hombre tiene que morir tal y como está escrito. Pero, ¡pobre de aquel que traicione y entregue al Hijo del hombre! Más le valdría no haber nacido”.

Otro aspecto interesante que encontramos en las obras es el ámbito urbano donde, en época de abundancia, había un mercado bien abastecido al que podían acceder el señor, el burgués y también algunos sectores del pueblo llano; un ejemplo se puede ver en el Mostrador de carnicero de Pieter Aertsen (Figura 2).



Fuente: Universidad de Upsala, Suecia.

Figura 2. Mostrador de carnicero o bodegón con la huida a Egipto. Pieter Aertsen. 1551.

3.3. El pescado. La pintura de la penitencia

La representación pictórica se vio influenciada en la Edad Media y Moderna por el consumo del pescado ya que fue un alimento con fuertes connotaciones simbólicas, en general en toda la cultura europea. Fue identificado por muchos siglos con la idea del sacrificio y la penitencia, esto se debía a la imposición de la Iglesia de no comer carne en algunas épocas del año. Dicha práctica ya se había documentado en la tradición hebrea e, incluso, la habían manifestado algunos filósofos de la Antigüedad, pero definitivamente fue en el Medioevo cuando empezó a tener mayor difusión.

Entre los siglos IV y V la abstinencia de carne fue el modelo de vida de eremitas y monjes. Después se extendió a toda la sociedad para algunos días de la semana y algunos periodos del año, de hecho, la normativa impuso la abstinencia por casi un tercio del ciclo anual. En estos periodos surgió la necesidad de encontrar alimentos alternativos, como las legumbres, el queso, los huevos y sobre todo el pescado, que fue el sustituto por excelencia de los productos cárnicos, especialmente en los siglos IX y X. Solo tiempo después, con la mejora de las técnicas de conservación, se convirtió en un alimento común; de ahí surge su ambivalencia: por un lado fue un alimento de sacrificio, humildad y renuncia y por el otro, siendo difícil de transportar y de conservar, fue un producto de lujo.

En zonas del interior fue más común el pescado de agua dulce, la pesca marina se documenta especialmente en la parte mediterránea del continente. A partir del siglo XIV se incrementó su

consumo e, incluso, llegó a las mesas de los sectores populares de las ciudades, sin embargo, permaneció ligado a una imagen que le impidió ser realmente atractivo: el pescado conservado era un signo de pobreza económica y subordinación social, el fresco de riqueza, pero no del todo envidiable ya que era visto como una comida que no llenaba, por ello era cuaresmal.

El pescado aparece esencialmente en las escenas relacionadas con Jesucristo, por ejemplo, en las últimas cenas, aunque también se puede ver en obras relacionadas con santos o monjes. Se aprecia en la *Unción de la Magdalena* de Dieric Bouts (Figura 3), donde además de los platos de pescado, sobre la mesa hay vasos de cristal, jarras de cerámica, cuchillos y una servilleta corrida que demuestran la atención que ponía el pintor flamenco en la representación de la realidad cotidiana.



Fuente: Staatliche Musee, Berlín.

Figura 3. La unción de la Magdalena o Jesús en Casa de Simón. Dieric Bouts. 1440-1450.

En esta pintura se ve la escena narrada en Lucas 7:35-50: mientras Jesús está comiendo en casa de Simón el fariseo, Magdalena llega y unge sus pies con perfume, los baña con sus lágrimas y los seca con sus cabellos. Los demás se muestran sorprendidos y Simón –situado al lado izquierdo del Señor– piensa que si Él fuera un verdadero profeta sabría que esa mujer es una pecadora, a lo que Cristo contesta con la reflexión de cómo la fe y el amor permiten la salvación. El pescado en este tipo de escenas es un símbolo eucarístico y una representación del cuerpo de Cristo que se ofrece a los hombres, simboliza entonces el sacrificio y la salvación, reafirmando en este caso el acto de la Magdalena que pudo expiar sus pecados.

3.4. Las bebidas. El vino, la cerveza y el agua

El vino, el aceite y el pan fueron asumidos por el mundo griego y romano como un signo de la propia identidad y, con el pasar de los siglos, el prestigio cultural de los mismos se ha mantenido hasta la actualidad. En la Edad Media no solo se conservó la ideología greco-romana en la que estos alimentos simbolizaban la capacidad del ser humano para transformar la naturaleza, sino que entonces se vieron como símbolos del mundo cristiano.

Por su parte el vino sirvió especialmente para representar a la Europa cristiana frente al África islámica, y pasó de significar al pueblo mediterráneo para encarnar la identidad europea. Su éxito también se explica por las propiedades terapéuticas que se creía que tenía. Como producto acabado, el vino podía ser mezclado con otros ingredientes como hierbas, flores, frutas, especias, miel y agua.



Fuente: Antiguo refectorio del Hospital de San Mateo o de Lemmo Balducci, Florencia.

Figura 4. Última Cena. Stefano di Antonio di Vanni. 1465-1466.

La representación pictórica del vino es variadísima y omnipresente, aparece en casi todas las escenas de banquetes sean religiosas o profanas, con significados alegóricos o como una forma de decorar la mesa y aludir a la realidad histórica. En la Última Cena de Stefano di Antonio di Vanni (Figura 4) se ve una mesa rectangular y extensa en la que, sin duda, este licor es el protagonista. Las jarras de cuello largo contienen tinto y agua y los vasos están llenos seguramente de la bebida ya mezclada y lista para ser consumida. No se trata de un banquete usual, es el momento en el que los Apóstoles y Jesús celebran juntos la Última Cena. El vino tiene una importancia crucial ya que simboliza la Sangre de Cristo como Él mismo lo estableció (Mt 26:27-29):

“[...] Jesús luego tomó el cáliz y, dadas las gracias, se los dio a los discípulos diciendo: ‘Bebed todos de él, porque esta es mi sangre de la alianza nueva y eterna, la cual es derramada por muchos para el perdón de los pecados’”

Di Vanni muestra el momento preciso en el que el Señor anuncia la traición –está haciendo el gesto de la palabra–, Judas mete la mano en el plato mientras los demás muestran signos de sorpresa y estupefacción. San Juan aparece dormido en la mesa como una evolución pictórica de aquello que se lee en Juan 13:21-30. Esto sucede así porque la mesa en la que cenaron no sería rectangular como se ve aquí, sino un triclinio latino en donde se dispondrían reclinados,

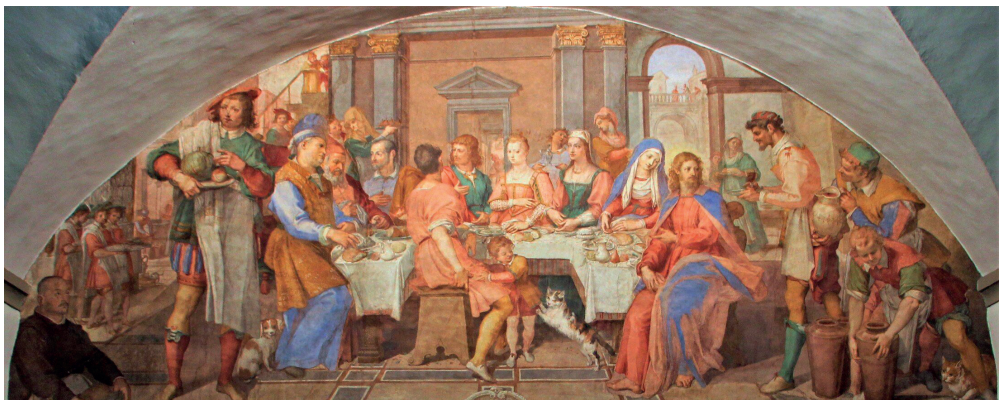
por ello Juan podría apoyar la cabeza en el pecho de Jesús cuando quisiera decirle algo; con el paso tiempo se le representó durmiendo sobre la mesa como un símbolo del “sueño del justo” (Frigerio, 2011, 181) y como una alusión más al anuncio de la traición.

Otra bebida protagonista en la época fue la cerveza, a menudo descrita en las fuentes documentales como una bebida pagana y como un símbolo de una sociedad “no romana” y “no cristiana” (Montanari, 2014, 193); la referencia al paganismo se relaciona con las poblaciones anglosajonas, y no con la Antigüedad Clásica, que en este aspecto estaba completamente asumida y era en cierta manera emulada, por ello la literatura monástica usaba con frecuencia la figura de Baco con un cariz positivo (Bellini. En: Archetti, 2003). De ese modo el vino fue un símbolo de prestigio y distinción social y la cerveza no.

Hay que advertir que, en el Norte de Europa, donde el vino era vendido a muy altos precios y por tanto era demasiado exquisito, la cerveza tuvo una mayor difusión y popularidad. En cambio, en las zonas vinicultoras por excelencia, era un producto común e incluso se distribuía a los pobres como parte integrante del régimen alimenticio (Montanari, 2014, 195.); aunque no todos los vinos eran iguales, se sabe que había predilección por el dulce, al que la mayoría no podía acceder. La representación pictórica de la cerveza es muy escasa, lo que también constata la superioridad del vino en la mentalidad de la época.

Con respecto al agua, no se solía beber sola por los riesgos que podía tener sobre la salud y solo se hacía en casos de necesidad (era difícil encontrar fuentes totalmente potables y cuando lo eran no permanecían así por mucho tiempo), además era una forma de sacrificio: la decisión de consumir solo pan y agua simbolizaba un acto de renuncia por la falta de otros alimentos y sabores.

Otro modo de destacar la importancia de la bebida fue la representación de las figuras del copero y del botellero, sin embargo, cabe decir que aparecen especialmente en escenas profanas, mientras que en las sacras lo hace de forma discreta, no obstante, en el siglo XVI se les puede identificar en las Bodas de Caná, cuyo tema sacro se introducía en ambientes mundanos (GRIECO, 1997, 69). Así se ve en las de Bernardino Poccetti: (Figura 5) a la derecha hay dos botelleros manejando las ánforas y un copero portando el cáliz al Señor; aunque su función es la de simbolizar el milagro divino, ejemplifican a los típicos servidores de las cortes del siglo XV y XVI.



Fuente: Refectorio de la abadía de San Bartolomeo a Ripoli, Florencia.

Figura 5. Bodas de Caná. Bernardino Poccetti. 1604-1607.

3.5. Los lácteos. La leche y el queso

La leche también era parte de la dieta de la época, aunque con algunas matizaciones: por un lado, tuvo una simbología religiosa en la que se la vio como sangre purificada, portadora de vida y de salvación; se sabe que en los primeros tiempos del cristianismo fue el alimento sacro de los fieles, aunque después fue sustituida en el imaginario cultural y religioso por el vino (Montanari, 2014). Por otro lado, existió una conexión entre la leche y la infancia, lo que le dio a la vez un valor simbólico positivo y negativo, porque al llegar a la adultez era completamente rechazada. También fue considerada como una señal de barbarie dado que pura era consumida solo por sociedades del norte de Europa.

La más común en el Medioevo fue la de oveja, o en su defecto la de cabra. En un principio fue usada únicamente bajo prescripción médica, después, en el siglo XV, Pantaleone da Confienza, en la *Summa lacticianorum* escribió que la leche era aconsejable solo para personas que gozaban de una perfecta salud, aunque insistió en el hecho de que debía ser tomada con precaución.

En realidad, la leche era más importante porque permitía la fabricación del queso que por sí misma. Este fue uno de los platos fuertes de la mesa de los humildes, debido a que se conservaba mejor que el líquido. En las mesas de grandes banquetes apareció como acompañante de otros alimentos. En el siglo XV en Italia, el queso, contó con una enorme popularidad y fue usado para preparar un sinnúmero de recetas como tortas o pasta, a la que se le asociaba especialmente el *parmigiano* (parmesano). La leche o el queso raramente eran representados en las escenas de banquetes porque carecían de interés a nivel iconográfico, sin embargo, se puede encontrar en tratados como el *Tacuinum sanitatis*. Se ve por ejemplo un hombre ordeñando, una escena de la preparación del queso (Figura 6) y diferentes versiones del mercado donde se vende el producto acabado.



Fuente: Biblioteca Nacional Francesa. París.

Figura 6. Miniatura del *Tacuinum sanitatis* que representa la preparación del queso. Siglo XIV.

3.6. El pan. Cuerpo de Cristo, Alimento de la humanidad

El pan es el protagonista del milagro de Jesús que con muy poco consigue alimentar a muchos y, más allá, es su propio cuerpo con el que da vida al mundo (Juan 6:51).

Por ello en casi todas las representaciones de la Última Cena el pan no falta, un ejemplo puede ser la de Bonanat Zaortiga (Figura 7) donde se ve el anuncio de la traición de Judas, Cristo está haciendo el gesto de la palabra con la mano derecha, mientras sostiene el cáliz con el vino-sangre en la izquierda –esto también podría aludir a la institución de la eucaristía– Juan “duerme” y los demás apóstoles dispuestos en torno a una mesa rectangular comen, beben y hablan entre sí. El dorado alimento está en manos de dos de ellos que, cortándolo con el cuchillo, se disponen a comerlo, probablemente no se trate solo de un elemento anecdótico, sino que represente la futura Pasión de su maestro.



Fuente: Retablo de la Catedral de Tudela, Navarra.

Figura 7. Última Cena. Bonanat Zaortiga. Siglo XV.

Este tipo de representaciones ya dan a entender la enorme importancia que tuvo este producto en la mentalidad medieval y moderna. El aprecio que se le tenía venía desde antiguo por la gran revolución que supuso su compleja producción: en realidad es el alimento creado por la humanidad, mediante el cual demostró su capacidad de construir un espacio civil en medio de la naturaleza salvaje, dados los numerosos pasos que se deben seguir desde la espiga de cereal

hasta el producto acabado; por ello Homero llamó “comedores de pan” (Homero. Traducción: García Gual, 2004, 209-228.) a los seres humanos, específicamente a los griegos quienes representaban el mundo civilizado. Esta asociación del alimento con el progreso, fue hecha por todas las personas nacidas en el ámbito cultural del Mediterráneo.

Los cereales sirvieron para la realización de otros alimentos además de pan, como la polenta, la pasta, los pasteles o los bollos, que también se pueden ver en las pinturas como en la degustación de manjares del Libro de horas de la Reina Yolanda (Figura 8), donde se representa una especie de empanadilla rellena que podría corresponderse con los hornazos o empanadas típicos de la época.



Fuente: Bibliothèque Méjanes, Aix-en-Provence.

Figura 8. Miniatura de degustación de manjares en el Livre d'heures de la reine Yolande. Siglo XV.

3.7. Otros alimentos. Lo que merece ser pintado

Además de todos los alimentos antes vistos, en la Edad Media y Moderna la lista era más grande y variada de lo que se piensa popularmente; sin embargo, en las pinturas de banquetes su representación no fue muy importante puesto que carecían del significado simbólico apto para este tipo de escenas. Escasa es la presencia pictórica en los festines de las leguminosas, las verduras o las hierbas tan ampliamente consumidas, especialmente por las clases populares –aquí resulta importante señalar que algunas hierbas como el perejil, la menta, el tomillo o la ruda fueron productos realmente prohibitivos para los sectores humildes–.

El hecho de que fueran alimentos consumidos por los menos privilegiados es otro de los motivos por los cuales no tuvieron una amplia difusión en la pintura de banquetes; estas obras eran hechas y demandas por las clases altas y mostraban su poderío a través de la representación en la escena de elementos que fueron signos de un status social elevado; obviamente estas comidas “bajas” no despertaban su atención.

Es interesante notar su representación en la escena de San Benito y sus monjes comen en el refectorio de El Sodoma (Figura 9), como un signo de la dieta paupérrima que estos monjes cartujos seguían. Sobre la mesa se ven jarras y vasos con vino y agua, platos con dos peces pequeños para cada uno, hogazas de pan, un tenedor y un plato central con la verdura para compartir. Esta escena muestra cómo sería la hora de la comida en un refectorio, donde el silencio era considerado algo fundamental para lograr la contemplación profesada por estos monjes.



Fuente: Biblioteca Nacional Francesa. París.

Figura 9. San Benito y sus monjes comen en el refectorio. Guioanni Antonio Bazzi dicho El Sodoma. 1505 (detalle).

Las especias tampoco tuvieron una amplia representación en los banquetes, aunque su uso fue, sin duda, muy extendido en las clases altas que las veían como un bien de lujo. De nuevo es necesario recurrir a las representaciones de mercado para encontrar algunos de los alimentos antes nombrados, por ejemplo, en La vendedora con puesto de verdura de Pieter Aertsen (Figura 10).



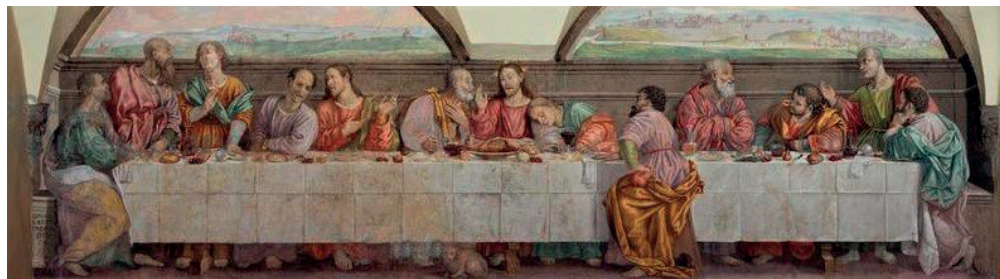
Fuente: Staatliche Museen, Berlín.

Figura 10. La vendedora del puesto de verdura. Pieter Aertsen. 1567.

La fruta fue otro alimento importante de la dieta medieval y moderna. Contó con una presencia más significativa en las escenas pictóricas de banquetes, ya que tenía una infinidad de significados: Aludía a las clases altas de la época porque era cara y no todos podían acceder a ella –aspecto que a su vez le dio un valor simbólico de superficialidad–, en la literatura se reforzó dicha alusión porque se explicaba que los alimentos más dignos eran los más alejados de la tierra, por ello la fruta era literalmente “alta” (estaba en los árboles) a diferencia de la verdura que era “baja” (estaba a nivel del suelo) (Grieco, 1997, 72). También, dentro del ámbito literario, en el Trecento y el Quattrocento italiano, se puso de moda un género menor dedicado exclusivamente a ésta, lo que provocó su popularidad entre los señores e impulsó su comercio y consumo.

También se escribió sobre ellas en los ámbitos religiosos, siempre dándoles significados metafóricos, por ejemplo, los monjes decían que quien que no se irrigaba con la palabra divina era como un árbol seco y sin frutos (Archetti. En: Naso, 2012), siendo consideradas como algo positivo. Aunque en este mismo ambiente las frutas carnosas como la manzana eran el símbolo del pecado original.

A nivel pictórico las frutas representaron estas ambivalencias y, dependiendo del contexto y de la intención, fueron los lujuria, la vanidad y demás pecados, o la salvación, el paraíso o al mismo Cristo. Suelen aparecer sobre la mesa, enteras o cortadas en trozos, añadiendo a su vez toques de color sobre el mantel blanco. Se ven por ejemplo en la Última Cena del convento de la Cruz en San Casciano (Figura 11) donde hay cerezas, limones y peras; las primeras, y en general las frutas rojas, fueron ampliamente representadas en las últimas cenas porque su color atrae la vista sobre la mesa y alude a la sangre de Cristo prefigurando su Pasión, con lo cual también hacen referencia a la presencia del traidor que lo condujo a la cruz.



Fuente: Refectorio del Convento della Croce a San Casciano, Val di Pesa.

Figura 11. Última Cena. Lorenzo Cressi. 1562.

3.8. La mesa. Protagonista en el banquete

La mesa es el lugar de la sociabilización y la comunicación (García, 2010) porque permite la reunión, no solo para comer, sino para hablar y compartir; es por ello que, en la Edad Media, cuando alguien era obligado a comer en soledad como símbolo de su culpabilidad, era llamado “excomulgado”, es decir “excluido”; también es por ello que cualquier fecha importante era una excusa para hacer un banquete con abundante comida, incluso dentro de las clases populares y de los monasterios, donde celebrar un festín aludía a la multiplicación del alimento.

Desde la época medieval, hasta el siglo XIX, era usual que se pusiera sobre la mesa una gran cantidad de alimentos, de esa manera los comensales podían elegir y digerir a su gusto sin un orden prefijado. En este contexto comer cierto tipo de cosas era un signo de distinción o de discriminación, es decir, cada uno comía algo diferente dependiendo de su puesto en la jerarquía social.

Así se ve en el banquete del libro *Histoire du Grand Alexandre* (Figura 12), una miniatura muy completa y rica en detalles que permite una visión panorámica de una sala de banquetes real del siglo XV: está el aparador con la vajilla expuesta; los músicos que animan el festín; los numerosos sirvientes que se disponen a servir las mesas y mantenerlas abundantes; los comensales ricamente ataviados que beben e interactúan entre sí; los tapices brocados que decoran las paredes; las baldosas que crean una cuadrícula con diseños geométricos y vegetales... y las bandejas que son compartidas por todos, excepto por el anfitrión que tiene una propia y está diferenciado de los demás por una mesa más alta.



Fuente: Museo de Bellas Artes de París, Petit Palais.

Figura 12. Miniatura del libro *Histoire du Grand Alexandre* que representa un Banquete real. Siglo XV.

Y es que, aún en las mesas más suntuosas, los recipientes para comer y beber eran compartidos mínimo por dos comensales; de esta manera todos se servían del mismo plato, por ello desde el siglo XIII en adelante.

“[...] la literatura europea se enriquece de manuales de «buenas maneras» que enseñaban a los señores y a sus vástagos como debían (o no debían) comportarse en una mesa” (Montanari, 2014, 265); en ellos se subrayaba el respeto a los demás y se diferenciaba a los señores educados en la mesa, de los campesinos maleducados por no conocer estas reglas.

Asimismo, esta miniatura sirve como ejemplo para observar la forma en la que un banquete podía demostrar la supremacía del anfitrión y establecer la jerarquía social de los participantes; por un lado, importaba la disposición de las mesas que, por lo general, estaban separadas las unas de las otras y eran ocupadas por personas del mismo rango. Dentro del propio tablero. También era significativa la asignación de los puestos –eran más importantes aquellos que estaban cerca del lugar de honor, situado en el centro de uno de los lados largos–. Por otro lado, los aparatos de servicios afirmaban dicho poder económico cuando el anfitrión poseía preciosas vajillas de oro, plata o cristal, o podía permitirse sirvientes vestidos con trajes valiosos.

El Banquete de monjas de Pietro Lorenzetti (Figura 13) sirve como contrapartida de la miniatura antes explicada e ilustra, también de manera precisa, otro ambiente diverso al de la corte. Los monasterios contaban con comedores comunes –aunque el abad o la abadesa tenían el privilegio de estar en una mesa aparte que compartían eventualmente con visitantes importantes–. Era común que reinara el silencio, especialmente para escuchar la palabra Divina a través de la lectura, como aquí se ve. Evidentemente este ambiente austero no venía decorado con tapices, no era asistido por sirvientes, no contaba con un sinnúmero de viandas y no tenía la presencia de músicos, de hecho, los monjes y monjas se comunicaban mediante gestos y señas para no hacer ruido.

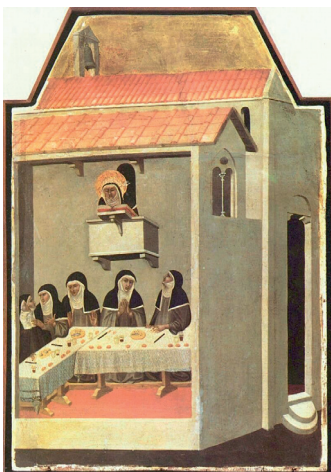


Figura 13. Banquete de monjas. Pietro Lorenzetti. Siglo XIV.

3.9. Las personas. Servir y comer

En los banquetes, como se ha visto hasta ahora, participaban especialmente personas importantes de las clases altas, ricas y poderosas, o de los sectores religiosos; aunque se sabe que las clases populares podrían realizar festines sobre todo en momentos especiales como se ve en La boda campesina de Pieter Brueghel el Viejo (Figura 14).



Figura 14. La boda campesina. Pieter Brueghel el Viejo. 1568.

En las escenas también se tiene constancia de la presencia de ambos sexos; las mujeres no eran excluidas de estos actos, de hecho, su participación fue importante. Cuando estaban presentes, los comensales masculinos manifestaban cortesía y deferencia, aunque ellas también debían respetar las reglas pues eran el espejo de la virtud y debían ser anfitrionas generosas y sonrientes, o al menos es como Eiximenis lo expone (FLANDRIN y MONTANARI, 2004). En las pinturas cuando las mesas son mixtas, suelen aparecer sentadas a la izquierda del hombre o en medio de dos, salvo que esté acompañada por otra dama; a veces también puede aparecer en un extremo de la mesa, un ejemplo son las Bodas de Caná de Giotto (Figura 15).



Fuente: Capilla de los Scrovegni, Padua.

Figura 15. Bodas de Caná. Giotto. 1303-1305.

Por lo general, lo que se ve en ambos géneros son gestos elegantes y refinados y la atención por la higiene: cortan el pan con un cuchillo, beben delicadamente, ponen las manos en la mesa cuando no están comiendo, solo llevan una mano a la bandeja cuando quieren coger algo, usan los dedos índice y pulgar como una pinza para tomar los trocitos, separan los demás dedos para no ensuciárselos y se lavan varias veces las manos, se ve un ejemplo en una miniatura conservada en la Biblioteca Nacional Francesa (Figura 16).



Fuente: Biblioteca Nacional Francesa.París.

Figura 16. Miniatura que representa a un hombre lavándose las manos. Siglo XV.

Por su parte, los sirvientes eran una parte fundamental del momento del banquete porque gracias a ellos era posible llevarlo a cabo con éxito. Su presencia no solo significaba el buen desarrollo del evento, sino también la elevada posición social del anfitrión. Observar sus actitudes, gestos o vestuarios es tan importante como el de los comensales, dado que estos obedecen a aspectos convencionales de la época que hoy solo pueden ser apreciados en las escenas pictóricas; por ejemplo, hacia el siglo XIV era usual que fueran jóvenes y que se arrodillaran ante la mesa para presentar el plato. Posteriormente los servidores no eran necesariamente jóvenes, ni se hincaban para servir, sino que hacían gestos de cortesía y de espera, a veces se quitaban el gorro al dar algo a los comensales o esperaban en el fondo de la sala, con los brazos cruzados a que se les llamaran. Ejemplos de esto son el Tapiz de Zaragoza (Figura 17).



Fuente: Seo de Zaragoza.

Figura 17. Tapiz que representa el Banquete del Rey Asuero. Siglo XV.

4. Resultados

Como se ha podido comprobar, las representaciones figurativas de banquetes son “ventanas” mediante las cuales se pueden ver muchísimos aspectos de la vida cotidiana y del pensamiento de las personas de la Edad Media y Moderna en el ámbito geográfico de España, Italia, Francia y los Países Bajos. Esto quiere decir que dichas pinturas son una fuente importantísima para la Historia del Arte porque permiten conocer mejor esas sociedades y su producción artística.

Por medio de estas obras se pueden observar los alimentos que consumían, los utensilios que usaban, las formas de los muebles, la decoración de la estancia o las maneras de comportarse en la mesa. Sin embargo, estas imágenes son pictóricas y no fotográficas, la realidad que muestran está condicionada por un sector específico de la sociedad (la nobleza, la realeza y la eclesiástica) y está impregnada de elementos alegóricos y significados simbólicos que se encargan de construir mensajes concretos que merecen ser estudiados por el historiador del arte.

Por ello, no todas las pinturas de banquetes son iguales ni significan lo mismo; aunque en ellas se vean personas dispuestas ante la mesa de forma similar, los elementos que las constituyen varían de forma significativa su sentido –mensaje–, construyendo o últimas cenas, o bodas de Caná, o cenas de reyes, o bodas campesinas...

Para entender qué convierte un convite en un momento u otro es necesaria la observación detenida de la obra y la identificación de las partes con lo que dice la tradición, por ejemplo cuando en la mesa hay un cáliz y panes, estos representan la Sangre y el Cuerpo de Cristo, entonces se trata de una escena con significado religioso. Para contrastar lo que muestra la imagen con la tradición se debe recurrir a otras fuentes, como las documentales y los vestigios hallados por la Arqueología.

Por otro lado, este conjunto de elementos, que están entre el plano de la realidad histórica y la alegoría, dejan entender que las escenas de banquetes fueron un símbolo de poder y que la realización de esos eventos también lo fue. Las personas que ofrecían estos festines, también podían permitirse reflejarlos en el arte; usaron la pintura para dejar una constancia de su estilo de vida, su status social y su riqueza. Este factor es importante para la Historia del Arte porque su estudio comprueba el importante papel de la producción artística dentro del mecanismo complejo que fueron estas sociedades.

Por lo anterior se puede afirmar que los elementos representados en una escena de banquetes han sido elegidos con sumo cuidado por los comitentes y, a veces, por los pintores para reflejar de la mejor manera el mensaje, por ello, cada uno de dichos elementos es digno de ser analizado.

La manifestación de estos componentes es extensísima y muy variada, se puede ver en diferentes soportes y técnicas a lo largo de los siglos y en escenas sacras y profanas. Esto da a entender la enorme importancia que tuvieron en la vida y el pensamiento de las personas de la Edad Media y Moderna, permitiendo al historiador del arte comprender muchos conceptos, como los que se ven a continuación:

La realidad de lo que se consumía y cómo se decoraba. Los paradigmas de riqueza y poder a los que se querían llegar y de los que se querían presumir. El grado de intelecto del comitente que era quien elegía qué pintar y cómo hacerlo. La maestría de los pintores, capaces de convertir elementos de la vida cotidiana en complejos y completos mensajes. La importancia de la vida en comunidad y del compartir. Los cambios históricos y sociales, como el paso al feudalismo o el cambio de mentalidad en la Edad Moderna hacía la individualización de la vida comunitaria. Las diferencias en la jerarquía social. La forma y variedad de los utensilios y muebles. Los mensajes alegóricos de algunos de los elementos. Y la fascinación por el lujo, las comidas elaboradas y la destreza de los cocineros, maestresala y demás miembros del servicio.

Las escenas de banquetes son “ventanas” que muestran algunos fragmentos de la realidad de la Edad Media y Moderna y también exponen símbolos que permiten adentrarse en el pensamiento y comportamiento de ciertos sectores de la sociedad, por ello merecen un estudio más amplio y profundo. Actualmente la problemática más fuerte a este respecto es que los historiadores del arte aún no han profundizado en el tema, salvo algunas excepciones, y han enfocado su estudio más a la Historia de la Alimentación, explicando las obras bajo una mirada muy formalista.

Por su parte la disciplina que estudia la alimentación está bastante desinteresada, también con algunas salvedades, en los aspectos iconográficos y relega a las imágenes al estadio de fuentes secundarias. Por ello hace falta que sea la Historia del Arte la que realice un estudio más exhaustivo en el que los dos aspectos, realidad e iconografía, sean comprendidos en su conjunto, restituyendo la importancia de las imágenes como fuentes primarias y como centro de estudio.

5. Conclusiones

Se concluye que el estudio de estas imágenes consigue desmentir completamente las creencias populares, desafortunadamente muy arraigadas en el pensamiento colectivo, de que estas épocas, especialmente la Edad Media, estaban integradas por personas completamente ignorantes. Gracias al estudio de las pinturas de banquetes y a la necesaria búsqueda de fuentes textuales para el mismo, salen a colación libros de recetas, tratados dietéticos, de medicina o de buenas maneras, que evidencian que había sectores de la sociedad muy ilustrados e intelectuales, con autores, que además no eran anónimos. En definitiva, las imágenes de banquetes que han dejado los siglos XIII, XIV, XV y XVI de los ámbitos geográficos de España, Italia, Francia y los Países Bajos, demuestran una sociedad lejana de la oscuridad y la barbarie (como se la ha caracterizado en la época actual), que fue capaz de articular mensajes muy complejos a través de ellas y de las cuales aún queda mucho por explorar e investigar desde la Historia del Arte.

Otro aspecto a rescatar es que el mero estudio de las obras no es suficiente. Se abre un campo interesante para gestores culturales y museos para que proporcionen de la manera más adecuada posible esta información a un público más amplio. Se hace necesario generar una didáctica y un discurso atractivo, comprensible y, gracias a las obras, visual con el cual las personas puedan comprender las sociedades del pasado y cómo se alimentaban. Además de otros factores como los paralelismos y las herencias que tenemos de ellas, no solo en cuanto a los alimentos que se ingerían y se ingieren, sino a la forma en que ahora los apreciamos en mayor o menor grado, o cómo nos reunimos ante la mesa y la importancia de compartir a su alrededor. La alimentación vista desde ese enfoque genera un contacto empático entre personas distantes en el tiempo y el espacio, y nos permite explorar las profundas raíces de nuestro presente.

Bibliografía

Libros

- Antoranz Onrubia, M.A. (2010). *La Mesa de los Reyes. Imágenes de banquetes en la baja Edad Media*. Zamora: Grupo San Gregorio. Talleres Editoriales. Cometa, S.A.
- Archetti, G. (2012). «*Parvula poma sumebat*». *Suggestioni dal mondo monastico*. En: Naso, I. *Le parole della frutta. Storia, saperi, immagini tra Medioevo ed età contemporanea*. Turín: Silvio Zamorani editore.
- Bellini, R. (2003). «*Il vino nelle leggi della Chiesa*». En: Archetti, G. *La civiltà del vino. Fonti, temi e produzioni vitivinicole dal Medioevo al Novecento*. Brescia.
- Bernis Madrazo, C. (1998). *Trajes y modas en la España de los Reyes Católicos*. Madrid.
- Durkheim, E. (1986). *Las reglas al método sociológico*. México, D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- Flandrin, J.L., Montanari, M. (2004). *Historia de la alimentación*. Gijón: Trea, D.L.
- Frigerio, L. (2011). *Cene Ultime. Dai mosaici di Ravenna al Cenacolo di Leonardo*. Milán: Ancora Editrice.
- García Marsilla, J.V. (1993). *La jerarquía de la mesa. Los sistemas alimentarios en la Valencia bajomedieval*. Valencia: Diputació de València.

- García Marsilla, J.V. (2010). *La taula del señor duc. Alimentació, gastronomia i etiqueta a la cort dels ducs reials de Gandia*. Gandia: CEIC Alfons el Vell.
- Grieco, A.J. (1997). "Cenacoli, cibi e buone maniere nei sacri combiti". En: Luchina, T. y Acidini, C. *La Tradizione Fiorentina dei Cenacoli*. Florencia: Cassa di Risparmio.
- Homero. *Odisea*, Canto X (traducción de Carlos García Gual. Madrid: Alianza Editorial, 2004).
- Massimo, M. (2014). *Gusti del Medioevo. I prodotti, la cucina, la tavola*. Edición digital: eBook Editori laterza.
- Panofsky, E. (1979). *El significado en las artes visuales*. Madrid: Alianza Forma.
- Pérez Samper, M.A. (2000). *El significado en las artes visuales*. Madrid: Alianza Forma.
- Sigüenza Pelarda, C. (1997). "La vida cotidiana en la Edad Media: La Moda en el Vestir en la Pintura Gótica". En: De la Iglesia Duarte, J.I. (coord.) *La vida cotidiana en la Edad Media: VIII Semana de Estudios Medievales. Nájera del 4 al 8 de agosto de 1997*. Florencia: Nájera, 1997.

Artículo de revista

- Flandrin, J.L. (1987). "Historia de la alimentación: por una ampliación de perspectivas" en *Manuscrits*, 6, 7-30.
- García Arranz, J.J. (1999). "La "interpretación iconográfica" o la reivindicación de la iconografía como método en la Historia del Arte" en *Revista de Extremadura*. enero-diciembre 1999, 27, 149-158.
- Pérez Samper, M.A. (2009). "Historia de la historia de la alimentación" en *Chronica Nova*, 35, 105-162.

Ponencias de congresos

- Pérez Samper, M.A. (2000). "La alimentación en los tiempos del Emperador: un modelo europeo de dimensión universal". En *Congreso internacional Carlos V, europeísmo y universalidad*. Granada, mayo 2000.

SUCEDÁNEO: NORMAS, PRÁCTICAS Y PERCEPCIÓN DESDE UNA PERSPECTIVA CULTURAL

Virginia Aznar Cuadrado ^a, Ana Vivar Quintana ^{b1}, Arsenio Dacosta ^{b2}

^aUniversidad de Santiago de Compostela, España. virginia.aznar@usc.es

^bUniversidad de Salamanca, España. ^{b1}avivar@usal.es, ^{b2}adacosta@usal.es

Abstract: The “substitute” term is defined around four concepts: originality, quality, referentiality and substitution. In the field of food, every “substitute” is an alternative to an original product to which it assigns greater quality. The advantage of the substitute lies in its accessibility for consumption, particularly in relation to price, but also in terms of supply and demand. Moreover, the allocation of a certain product to that category is, as we said, referential and can vary over time. It is in this cultural dimension that we are interested in exploring the argument. Our proposal has a theoretical-conceptual but also a pedagogical objective: based on the analysis of Spanish and European food legislation, we explore how the notion of substitute is culturally constructed in contemporary Spanish society. To conclude, we propose an experimental research project of a pedagogical nature to be carried out from autumn 2020 with students from the Faculty.

Keywords: food, authenticity, substitute, chocolate, milk, consumption, health, culture.

Resumen: La voz “sucedáneo” se define en torno a cuatro conceptos: originalidad, calidad, referencialidad y sustitución. En el campo de la alimentación todo “sucedáneo” lo es en relación a un producto distinto al que se atribuye una mayor calidad. La ventaja del sucedáneo radica en su accesibilidad de consumo, particularmente en relación al precio, pero también como sustitutivo en términos de suministro y demanda. Además, la adscripción de un determinado producto a esa categoría es, como decíamos, referencial y puede variar a lo largo del tiempo. Es en esta dimensión cultural en la que nos interesa explorar el argumento. Nuestra propuesta tiene un objetivo teórico-conceptual pero también pedagógico: a partir del análisis de la legislación española y europea en materia alimentaria, exploramos cómo está construida culturalmente la noción de sucedáneo en la sociedad española contemporánea, para terminar proponiendo una investigación experimental de carácter pedagógico a desarrollar a partir del otoño de 2020 con alumnos de la Facultad de Formación del Profesorado de la Universidad de Santiago de Compostela, de la Escuela Politécnica Superior de Zamora y la Facultad de Ciencias Sociales, estos dos últimos centros pertenecientes a la Universidad de Salamanca.

Palabras clave: alimentos, autenticidad, sucedáneo, chocolate, leche, consumo, salud, cultura.

Citar como: Aznar Cuadrado, V., Vivar Quintana, A., Dacosta, A. (2021). Sucedáneo: normas, prácticas y percepción desde una perspectiva cultural. En *Actas del II Congreso Internacional sobre Patrimonio Alimentario y Museos*. 11-12 noviembre, 2020, Valencia, España. pp. 203-218.

1. Introducción

En el campo de la alimentación, las Ciencias Sociales contemporáneas -entre ellas la Antropología-, vienen trabajando en aspectos como la creación de valor -incluyendo el valor simbólico- o la construcción social de la memoria, mientras que en una dimensión más aplicada, se han ocupado del impacto cultural de la globalización, de la seguridad alimentaria -particularmente en relación con proyectos de desarrollo, pero no solo-, y en el campo de las significaciones simbólicas que se atribuyen al hecho de alimentarse (Mintz y Du Bois, 2002; López García, Mariano Juárez, y Medina, 2016).

Uno de los aspectos fundamentales de estas investigaciones es cómo cada grupo humano construye culturalmente sus categorías en torno a la alimentación. Fueron muy aceptadas las teorías de Lévi-Strauss acerca del carácter estructural de ciertas categorías básicas (*crudo*, *cocido*, *podrido*) que trascendían el mundo culinario y contagiaban el de la mitología como forma de representación del pasado y el presente de muchos pueblos. En cierta forma, sean o no válidas dichas categorías desde un plano estructural -esto es, universal-, siguen teniendo interés para hacer evidente o, mejor, hacer aflorar las categorías con las cuales construimos culturalmente en nuestra sociedad la forma en que comemos y, en general, consumimos (Lévi-Strauss, 1964). Desvelando la verdadera naturaleza de los productos que compramos para comer -ya que rara vez los cultivamos, cazamos o recogemos personalmente-, y poniendo en tensión las categorías acerca de lo "auténtico" y "natural" frente a lo "sucedáneo" y "artificial", queremos contribuir a crear una conciencia crítica sobre la alimentación, una de las actividades primarias y fundamentales de toda sociedad.

No negamos el carácter ideal -y eurocéntrico- del concepto de "autenticidad", pero tampoco podemos obviar que actualmente se proyecta en muy distintos lugares del planeta como argumento de legitimidad. A ello, particularmente en términos de negociación y conflicto apuntan no pocos estudios (Ayora-Díaz, 2019). De hecho, en los últimos años se han realizado estimulantes investigaciones sobre fenómenos de reinención de los artesanos -como los chocolateros franceses estudiados por Susan J. Terrio- o sobre los procesos de resistencia cultural o resignificación étnica -como los estudiados por Julián López en el oriente de Guatemala o Steffan Ayora-Díaz en el Yucatán (Terrio, 2000; López García, 2003; Ayora-Díaz, 2017).

En sociedades postindustriales como la española la construcción de categorías culturales sobre la alimentación y la gastronomía se nutre de sus propias tradiciones regionales y locales (Medina, 2002; Duhart y Medina, 2008), de la resignificación de estas en relación a la llamada "dieta mediterránea" (González Turmo, 1996), de la noción del cambio alimentario -y la inseguridad- en el seno de grupos inmigrantes (Espeitx, 2012), o del fenómeno de las "comidas en contacto" en el contexto de la globalización (Montero Mórtola, 2010).

Por si fuera poco la dimensión local -situada- del hecho alimentario, en la construcción de estas categorías pesa en la actualidad, de un lado, la influencia de ciertos paradigmas culturales sobre la gastronomía, con Francia como cúspide de la llamada *cuisine* (Goody, 1982), pero también todo un haz de planos normativos nacionales e internacionales sobre seguridad alimentaria, sanidad o comercio internacional, entre otros.

En este contexto, nuestro objetivo es evaluar críticamente estas categorías culturales, más específicamente la de "sucedáneo" en un sentido amplio, siempre opuesta -o quizá no tanto- a la atribución de "originalidad" o "autenticidad" que otorgamos a los productos que consumimos

como alimento. Para ello, analizaremos en primer lugar, el marco normativo que regula la composición y tratamiento de los sucedáneos, centrándonos en dos productos, el chocolate y la leche. En segundo lugar, afinaremos el marco teórico sobre la noción de “sucedáneo” en términos principalmente antropológicos. Finalmente, desde el convencimiento de que desde la universidad debemos formar críticamente a nuestros alumnos, proponemos un experimento multimétodo y multisituado a realizar durante el curso 2020-2021 con distintos grupos de estudiantes universitarios del Noroeste español. En última instancia, desde una perspectiva pedagógica, nuestros objetivos se concretan en provocar dicha conciencia crítica, esto es, contribuir a que nuestros alumnos se formen como ciudadanos –y profesionales- responsables.

2. El concepto de sucedáneo en la industria alimentaria

En el sector alimentario son numerosos los ejemplos de alimentos que por su aspecto, sabor, presentación o formato de venta “simulan” ser otros. Para hacer referencia a estos productos utilizamos con frecuencia el término *sucedáneo*, y su presencia es cada vez mayor en el mercado. Resulta sencillo adquirir sucedáneos de queso, de café, o de carne, entre otros. En algunos casos el sucedáneo surge de la necesidad de ofrecer un producto más económico que aquel al que imita abaratando los costes de producción (como es el caso de las gulas), en otros casos el sucedáneo surge para ofrecer al consumidor un producto que se ajuste a sus necesidades. Las necesidades del consumidor pueden venir derivadas de problemas de alergias o intolerancias alimentarias (es el caso de los preparados panificables para intolerantes al gluten), de modas de consumo o de la preocupación por el bienestar animal o el medio ambiente (como las hamburguesas y salchichas de imitadores de carne para veganos y vegetarianos); sea cual sea esa necesidad la industria alimentaria buscará la forma de satisfacerla.

La legislación contempla el término sucedáneo para varios productos alimenticios, definiéndolo y regulando su composición. Así, los sucedáneos de café son los productos de origen vegetal destinados a efectuar preparaciones que reemplacen a la infusión del café como bebida frutiva (Real Decreto 2323/1985) y los sucedáneos de chocolate son aquellos preparados que por su aspecto o consumo pueden ser confundidos con el chocolate y en cuya composición la manteca de cacao ha sido sustituida total o parcialmente por otras grasas vegetales comestibles (Real Decreto 823/1990). Estos productos presentan en sus etiquetas el término sucedáneo de forma visible al consumidor.

Diferente es el caso de otros productos como las bebidas vegetales que tienen un aspecto y presentación que pueden llevar a creer al consumidor que está adquiriendo un producto similar a la leche, en cuanto a composición y propiedades nutricionales. Aunque el consumidor considera estos productos como “sucedáneos” de la leche y se utiliza la denominación de “leches” vegetales, nos encontramos en una situación muy distinta a la descrita para el café o el chocolate. Tanto es así, que en el año 2017 el Tribunal de Justicia de la UE dictó una sentencia por la que se impide que la denominación leche se utilice para designar, en la comercialización o en la publicidad, estos productos puramente vegetales. Para estos productos, igual que las hamburguesas veganas, que se han puesto tan de moda, desde el sector alimentario se utiliza el término sustituto y no sucedáneo, ya que intenta sustituir a otro alimento.

Tanto en el caso de los sucedáneos como de los sustitutos hablamos de alimentos que no tienen problemas de seguridad alimentaria. Podemos considerarlos alimentos sanos y de

calidad. Sin embargo, este tipo de productos plantean un problema de veracidad. Los consumidores deben distinguir un producto de su imitador.

3. Algunas ideas sobre la construcción cultural de la noción de “sucedáneo”

Desde una perspectiva antropológica, el concepto de “sucedáneo” es relevante en cuanto se activa en relación al de “autenticidad” y, más específicamente, cuando entran en juego en un plano de negociación y resignificación cultural. En nuestro caso, retomamos una hipótesis ya formulada por nosotros en relación a las categorías de “sucedáneo” y “auténtico”. Aludiendo precisamente a uno de los dos alimentos sobre los que focalizamos la propuesta, planteábamos que “la sofisticación contemporánea del chocolate (en sus presentaciones, formas y usos) apareja en su interior una contradicción (...): el concepto de sucedáneo” (Dacosta, 2012, p. 137). Obviamente, no somos los primeros en poner el énfasis en esta “dialéctica de tendencias contradictorias” que se procesa en el campo de la alimentación, algo que ya señaló hace tiempo el principal antropólogo de la alimentación en España (Contreras, 1992, 1993). La cuestión tiene múltiples dimensiones -o aristas- que merece la pena explorar.

De un lado, tenemos la consideración de que la alimentación es un “hecho social total” (Garine, 1999) o, como se ha denominado con mayor precisión respecto del acto de comer, un “acto sensorial total” (Le Breton, 2007). La alimentación afecta directamente a la corporalidad y, en ese sentido, es difícil hurtar a la experiencia de comer del campo de lo esencial, lo natural o, si se prefiere, experimentar algo tan primario como el comer (sea lo que sea lo que es comido y cómo es comido pero también, cómo se adquiere y cocina). Por otro lado, la corporalidad se manifiesta primariamente a través de las experiencias que nos ofrecen los sentidos, particularmente el gusto, inseparable del olfato en este campo (Larrea Killinger, 1997) pero también de la tactilidad de manos y boca (Le Breton, 2007). En todo caso, como ya advertía Mary Douglas, todos estos sentidos sujetos a un control cultural, por mucho que este sea cambiante históricamente (Douglas, 1979, p. 147). Dicho control cultural se manifiesta, como tantas otras dimensiones de nuestra vida social, a través de la interseccionalidad de clase y de género principalmente, como han revelado algunos estudios de referencia en este campo en nuestro país (González Turmo, 1995; Gracia Arnaiz, 2015).

Otra dimensión muy ligada a la anterior es la de la alimentación como generación de “identidad cultural alimentaria” (Duhart, 2002). En relación a ello se ha señalado expresamente la naturaleza construida de la “autenticidad”, precisamente en relación a eso que se denomina “patrimonio alimentario” y se percibe como tal en términos identitarios (Garine, 2002; Barrey y Teil, 2011; Contreras y Ribas, 2014; Ayora-Díaz, 2017). Este sentido de identificación entre el grupo y su particular forma de comer abre dos campos curiosamente entrelazados, de un lado, el de la reivindicación étnica y social en relación, por ejemplo, a la soberanía alimentaria y la industrialización de la producción y el consumo de alimentos, y, de otro, el de la disposición posmoderna por la búsqueda de la pureza. Sobre lo primero no habremos de insistir ahora, pero lo segundo sí merece una pequeña reflexión.

Es común, sin ir más lejos en relación al chocolate, una suerte de búsqueda de la pureza, bien sea en términos de contenido (medido paradójicamente en porcentaje) bien en relación al hallazgo de una determinada variante selvática de la semilla de cacao. Este exotismo apela a lo hipernatural, perspectiva perfectamente identificada por Pierre Bourdieu en relación al consumo

en la sociedad industrial. Nuestro autor es absolutamente expresivo cuando alude a “una nueva forma de *elitismo del pobre*”, una suerte de contra-cultura impostada en busca de lo “natural” materializada en ropa o calzado de montaña, clubes de vacaciones con destinos “alternativos”, prácticas deportivas más o menos extremas que tienen lugar en el medio rural, un fetichismo de la conexión con la naturaleza... Un reavivar –nos dice Bourdieu- de “todas las tradiciones de los viejos cultos típicamente cultivados de lo natural, de lo puro y de lo auténtico” (Bourdieu, 1998, p. 217). Para el campo que nos ocupa se ha señalado específicamente en relación a la “comida saludable”, creándose discursos muy elaborados acerca de lo “original”, lo “natural” y lo “auténtico” confrontados a lo “industrial”, lo “artificial” y lo “sucedáneo” (Atkinson, 1983, pp. 15-16; cit. Contreras, 1993, p. 45).

Ello engarza con la vieja disociación entre naturaleza y cultura, o en términos lévi-straussianos, entre lo “crudo” y lo “cocido” (Lévi-Strauss, 1964, 1966, 1968; Garine, 1999). Así, la elección de dos productos como la leche y el chocolate en nuestra propuesta lo que nos permite es tensionar estas categorías identificando la leche como uno de los alimentos “crudos” –o “súper-crudos” (Brown, 1984, p. 553)– mientras que, en nuestra opinión, el chocolate en su formulación azteca, líquida y especiada, pertenecería al campo de lo “podrido” –fermentado–, pasando después a su forma sólida, e igualmente sofisticada en su composición, al campo de lo puramente “cocido” –cocinado–. Haremos la salvedad –momentánea– de que la leche, tal y como la compramos en el *lineal*, es formalmente un producto “cocido” si entendemos por ello los procesos que se le aplican y remiten al Dr. Pasteur. A pesar de estos tratamientos sanitarios e industriales que se le aplican, la leche es percibida culturalmente como un producto natural quizá, pero no solo, porque se asocia a lactancia materna.

Sin embargo, tres elementos confluyen actualmente a la deconstrucción de esta caracterización: el primero es la adición de suplementos que, como calcio o vitaminas, buscan hacer más *funcional* este alimento. De esta forma, se proyecta la idea de que la naturaleza es perfectible, de que la leche natural ofrece una incompleta fórmula nutricional que debe ser modificada en aras de nuestra salud aunque, en el fondo, la estrategia que despliegan estas intervenciones tengan más que ver con la disposición de la industria para abaratar costes del producción y multiplicar sus referencias (leche *entera*, *semi*, *desnatada*, etc). El segundo se articula sobre la identificación de la leche como subproducto animal y, como tal, aparece disociado necesariamente de determinadas opciones dentro del vegetarianismo. Además, se identifica de forma más o menos expresa con ideas como el sufrimiento animal o la industrialización agraria, entre otras. No de forma casual, la publicidad de los productos lácteos –y también de cierta marca de chocolate– remite invariablemente a verdes prados de alta montaña tratando de ubicar estos productos en la naturaleza y no en procesos industriales que llevan el brick de leche al supermercado con todas las garantías sanitarias. En tercer lugar, y estrechamente ligado a todo lo anterior, encontramos la identificación de la leche como un producto “insano” más allá de las intolerancias identificadas –particularmente a la lactosa– y cuya experiencia cultural ya fue revelada (Harris, 1999, pp. 162-191). Hablamos también de las hormonas y, sobre todo, de la grasa, atroz enemigo para cualquier “alimento”, esto es, la exigencia de que lo que comemos cumpla con una función saludable e, incluso, curativa (Contreras y Ribas, 2012), narrativa de la posmodernidad bajo la cual se esconde la lógica de un mercado que desagrega al consumidor por clase (Aguirre, 2019).

Uno de los grandes avances de la Antropología simbólica fue la de explorar dialécticamente la experiencia humana en sus dimensiones simbólica y material. En este sentido, las proyecciones sobre el campo de la alimentación se pueden interpretar en términos de la aludida incertidumbre o, si se prefiere, en términos de confianza y riesgo. Esto se ha dado histórica y situacionalmente cuando los parámetros que rigen el conflicto en la percepción de la "autenticidad" de un producto tienen el mismo fundamento. En alusión a lo que estamos tratando, es significativo el caso de la lactancia materna donde encontramos argumentos que la defienden o la proscriben a partir de ciertas creencias biomédicas (Rodríguez García, 2015), o justo al contrario, la proliferación de teorías naturalistas acerca de idoneidad de la lactancia materna incluso ante situaciones de riesgo objetivo como es el de las madres portadoras de VIH (Cassidy y El Tom, 2015). Esta incertidumbre abarca todos los ámbitos del consumo en nuestra sociedad hasta el punto de que se habla, precisamente, de "riesgos alimentarios" y de "confianza del consumidor". Estas percepciones, aunque en el fondo se sostengan sobre apreciaciones culturales, se han actualizado en relación a las nuevas tecnologías y tratamientos alimentarios, particularmente lo que atañe a la producción de transgénicos (Cáceres y Espeitx, 2012). Al mismo tiempo, asistimos a la fácil difusión de determinadas creencias alimentarias –sin fundamento objetivo algunas– a través de las redes sociales, lo cual genera nuevas discursividades y representaciones en torno a experiencias culturalmente asentadas (Cava, 2019). En todas ellas, invariablemente, aparece la noción de pureza confrontada a la de contaminación en términos idénticos a los que estudió Mary Douglas (Douglas, 1966). Es decir, volvemos a las nociones de original y sucedáneo.

A la corporalidad, la identidad y las creencias, en la construcción de categorías sobre la alimentación, también hay una serie de elementos materiales que, como tales, son percibidos por los consumidores. De hecho, los alimentos pertenecen en la cultura occidental contemporánea al campo de los bienes objetivables por los mercados –incluso los de derivados financieros (Duque, 2018)– pero, como señaló Bourdieu, también pertenecen al mercado de los bienes simbólicos (Bourdieu, 2010). Aunque en Bourdieu el concepto de sucedáneo es algo impreciso, no lo es el prestigio atribuido al consumo que él formuló como *habitus* pero también como *distinción*. Uno de los ejemplos más interesantes a este respecto son los movimientos *foodie*, *slow* o *bio*, propios de la posmodernidad pero que, en el fondo apelan a un retorno a lo "natural", a lo "auténtico", resultando a la postre un argumento bastante tradicional que remite a la denuncia de la modernidad como "era del sucedáneo" que señaló William Morris en el siglo XIX (Morris, 2016). El precio es otro ítem objetivo, aunque más fluido de lo que parece: de ahí las "ofertas" y, también, la inseguridad alimentaria de muchas familias. Ciertamente hay conocimientos, prácticas u objetos donde la aplicación del concepto de autenticidad es imposible de hurtar. La medición precisa de un parámetro como el peso, la destreza manual de quien ha fileteado miles de peces o la obra de un artista reconocido, son ejemplos de esa autenticidad que podemos considerar material. Sin embargo, su objetivación se plasma a través de discursos e imágenes que proyecta la industria alimentaria hacia la captación de la confianza de los consumidores; confianza que, en el fondo, se organiza sobre un complejo haz de prácticas y creencias sostenido sobre un conocimiento fragmentado y multiplicado, "líquido" e inestable. Esto, en suma, enlaza con la idea ya expresada de que nosotros, los consumidores, en realidad, no sabemos muy bien qué consumimos y por qué lo consumimos, al menos no en términos expresamente objetivos.

4. Ciudadanía y alimentación: la formación para un consumo responsable

A pesar de que vivimos en un mundo globalizado, todavía no en todas las regiones del mundo se comen los mismos productos y de la misma manera. Nos podemos preguntar qué es lo que nos hace elegir unos y otros, o cuáles son los criterios que utilizamos para decidir qué comemos. Incluso podemos reflexionar sobre si realmente somos nosotros los que decidimos o estamos condicionados por las creencias asumidas de nuestro entorno o por las necesidades que nos crea el mundo de la industria alimentaria, por ejemplo. Existen muchas razones por las que podemos elegir un alimento u otro. Pueden ser razones nutricionales -unos son más sanos que otros-, económicas -según el poder adquisitivo de cada uno-, culturales -unos alimentos son más apetecibles que otros-, sociales -según el estilo del grupo al que pertenezcamos-, etc. (Aguirre, 2010).

Para poder hacer una elección responsable, el ciudadano del siglo XXI debería ser competente, entendiendo por competente no sólo el tener conocimiento sobre algo, sino el saber utilizar o aplicar ese conocimiento en la vida diaria, y, así, poder participar de manera activa en la toma de decisiones que le afecten tanto de forma individual como colectiva. Para ser un consumidor responsable es necesario tener una preparación adecuada, una alfabetización científica, que se consigue a través de la educación. Desde este ámbito, somos conscientes de la importancia de trabajar temas reales, cotidianos y de actualidad con alumnado de diferentes niveles educativos, ya que esto genera más interés y motivación para aprender (González Picáns y Puig, 2017). Los problemas de carácter socio-científico, controvertidos como pueden ser los relacionados con el consumo responsable y la nutrición, son un recurso excelente para formar estudiantes con carácter crítico y comprometido, capaces de argumentar para emitir sus propios juicios (Jiménez Aleixandre, 2010). El uso de estas controversias pretende el desarrollo de habilidades relacionadas con la selección y adquisición de información científica, para la toma de decisiones responsables, y el desarrollo de un pensamiento crítico. Esto último implica que los y las estudiantes no se limiten a considerar las afirmaciones, en muchos casos presentadas de forma científica, que nos ofrecen algunos medios de comunicación sobre productos de consumo habitual, como la leche y el chocolate, y que no corresponden a la realidad, sino que busquen y analicen las pruebas y argumentos que sustentan dichas afirmaciones antes de hacer una elección (Solbes, 2013).

En resumen, usando dos productos tan consumidos como la leche y el chocolate, la pregunta de investigación que proponemos es ¿cuáles son y cómo se construyen socialmente las categorías culturales que afectan a nuestro rol como consumidores? Y, de forma complementaria, ¿de qué manera una percepción más consciente de las mismas puede contribuir a visibilizar cuestiones como la industrialización y la desigualdad alimentaria?

5. Una propuesta experimental multimétodo y multisituada

En atención a la aludida pregunta de investigación, proponemos la realización de un experimento que, desde herramientas metodológicas disímiles pero todas ellas cualitativas dentro de un diseño interdisciplinar, puedan converger en un análisis crítico del objeto de investigación (Korr y Broussard, 2004; Cargill, 2005). Dado el estado actual de pandemia, se ha considerado prudente retrasar el arranque de la fase experimental a la próxima primavera.

El experimento se diseña con y para estudiantes universitarios. Los estudios sobre pautas nutricionales y percepciones sobre la alimentación entre universitarios es un campo fértil en los

últimos años en España (Riba Sicart, 2002; Díaz Mejía, Mora Ventura, Rodríguez Gálvez, y Riba Sicart, 2005; Moreno Gómez, 2012; Cervera Burriel, Serrano Urrea, Vico García, Milla Tobarra, y García Meseguer, 2013; Iglesias López et al., 2013; Ruiz Moreno, Del Pozo, Valero, Ávila, y Varela-Moreiras, 2014; Sánchez Socarrás y Aguilar Martínez, 2015; González Rodríguez, 2016; Sainz García, Ferrer Svoboda, y Sánchez Ruiz, 2016). Nuestro enfoque es ligeramente diferente ya que, en primer lugar, nuestra perspectiva es interdisciplinar y colaborativa siendo el objetivo principal el expresado, el educativo. Aparte de la toma de conciencia, el objeto teórico no son las pautas de alimentación, sino la construcción cultural de las categorías que se utilizan en los distintos entornos sociales en los que se mueven nuestros alumnos.

La propuesta tiene un carácter multisituado ya que pretendemos realizarla con estudiantes de la Facultad de Formación del Profesorado de la Universidad de Santiago de Compostela en Lugo, de la Escuela Politécnica Superior de Zamora y de la Facultad de Ciencias Sociales, estos dos últimos centros pertenecientes a la Universidad de Salamanca. El estudio se hará simultáneamente con el alumnado de distintas titulaciones de los tres centros indicados, explicitándose a continuación las tareas a realizar en cada una de las fases previstas para el experimento por cada uno de ellos.

Una **primera fase** es la que definimos como **proyactiva**. En ella, los estudiantes, asistidos por sus profesoras, desarrollarán los distintos experimentos diseñados en orden a sus potenciales intereses académicos. Así, en el caso de la Escuela Politécnica Superior de Zamora, los alumnos seleccionados lo serán de entre los del grado en Ingeniería Agroalimentaria. Su misión será llevar a cabo un estudio de mercado de los productos englobados en la propuesta realizada, el chocolate y leche. Para ello, se les propondrá el análisis del etiquetado de los productos de ambos grupos que encuentren en los distintos supermercados de la ciudad. A partir de las etiquetas recogidas llevarán a cabo un estudio de la presencia de sucedáneos y la composición nutricional de los mismos. Para el alumnado que cursan los grados en Maestro en Educación Infantil y en Educación Primaria en Lugo se plantea una tarea paralela encaminada a analizar los productos que consumen en el desayuno y en la merienda, con especial atención a la leche y el chocolate. De forma complementaria, se les presentarán cuestiones que les hagan reflexionar sobre la elección de estos productos y no otros, esto es, un análisis de contexto sobre su estatus de consumidores mediante el análisis de publicidad y de prensa (Sánchez Sabaté, del Valle, y Mensa, 2019). Finalmente, en Salamanca se propondrá a alumnos de los grados de Antropología y de Sociología que diseñen y ejecuten varios grupos focales orientados al objeto de la investigación. De forma más específica, una vez definido el perfil de los participantes y seleccionados estos por segmentos de participación, se desarrollarán los mismos. La finalidad de los alumnos de Antropología será la de extraer las categorías “nativas” mediante un análisis lingüístico y cultural de las expresiones referidas a conceptos como autenticidad, sucedáneo o consumo, entre otros. El papel de los alumnos de Sociología será, en paralelo, analizar discursivamente los resultados con el fin de establecer patrones de variables y dimensiones sobre los mismos argumentos de cara a un diseño de encuesta ulterior de enfoque cuantitativo.

La **segunda fase** del experimento es la **analítica**. Para ello, propondremos a todos los alumnos participantes que preparen una presentación de sus experimentos y de los resultados obtenidos para ser compartidos con los otros grupos participantes en la investigación. Para ello, se organizará un seminario virtual donde, seguido a las exposiciones, se propiciará un debate e intercambio de opiniones sobre los resultados obtenidos.

La **fase final** estará dedicada a la **síntesis** de resultados. Para ello, se utilizará un método de trabajo colaborativo de retroalimentación controlada donde cada grupo de alumnos, a través de uno o varios representantes, contribuya a depurar mediante el intercambio de información, un documento maestro bajo la asistencia del profesorado.

6. Resultados y conclusiones

El principal resultado que pretendemos obtener es el de generar una conciencia crítica entre nuestro alumnado en relación al consumo alimentario. De forma más específica, queremos que a través de dicha conciencia sean capaces de identificar fenómenos como el de la globalización en todas sus dimensiones, tanto las negativas como las positivas, y que sean capaces de problematizar sus pautas alimentarias en términos sanitarios, industriales y sociales. En última instancia, buscamos poder empoderar a los alumnos a través de la generación en los mismos de una conciencia crítica como consumidores.

Bibliografía

- Aguirre, P. (2010). "La construcción social del gusto en el comensal moderno" en Aguirre, P., Katz, M. y Bruera, M. *Comer: una palabra con múltiples sentidos*. Buenos Aires: Libros del Zorzal, p. 13-63.
- Aguirre, P. (2019). "Alimentos funcionales entre las nuevas y viejas corporalidades" en *AIBR: Revista de Antropología Iberoamericana*, 14, 1, p. 95-120.
- Atkinson, P. (1983). "Eating virtue" en Murcott, A. (ed.), *The Sociology of Food and Eating: Essays on the Sociological Significance of Food*. Aldershot: Gower, p. 9-17.
- Ayora-Díaz, S.I. (2017). *Taste, Politics, and Identities in Mexican Food*. Londres; Nueva York: Bloomsbury Publishing.
- Ayora-Díaz, S.I. (2019). "The taste of Yucatecan Food: Negotiating Authenticity" en Korsmeyer, C. (ed.), *Taste, Politics, and Identities in Mexican Food*. Londres; Nueva York: Bloomsbury Publishing, p. 346-353.
- Barrey, S., Teil, G. (2011). "Faire la preuve de l'«authenticité» du patrimoine alimentaire. Le cas des vins de terroir" en *Anthropology of food*, 8. <https://doi.org/10.4000/aof.6783> [Consulta: 30 de mayo 2020].
- Bourdieu, P. (1998). *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.
- Bourdieu, P. (2010). *El sentido social del gusto. Elementos para una sociología de la cultura*. Madrid: Siglo XXI.
- Brown, M.F. (1984). "The Role of Words in Aguaruna Hunting Magic" en *American Ethnologist*, 11, 3, p. 545-558.
- Cáceres, J., Espeitx, E. (2012). "Aceptación y rechazo en España de nuevas tecnologías aplicadas a la alimentación" en Cantarero, L. (ed.), *La antropología de la alimentación en España: Perspectivas actuales*. Barcelona: Editorial UOC, p. 83-96.
- Cargill, K. (2005). "Food Studies in the Curriculum: A Model for Interdisciplinary Pedagogy" en *Food, Culture and Society: An International Journal of Multidisciplinary Research*, 8, 115-123.

- Cassidy, T., El Tom, A. (eds.). (2015). *Ethnographies of Breastfeeding: Cultural Contexts and Confrontations*. Londres: Bloomsbury Publishing.
- Cava, A. (2019). "La cultura del gusto. La alimentación entre representaciones y conexiones" en *Barataria. Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales*, 26, 121-133.
- Cervera Burriel, F., Serrano Urrea, R., Vico García, C., Milla Tobarra, M., García Meseguer, M.J. (2013). "Hábitos alimentarios y evaluación nutricional en una población universitaria" en *Nutrición Hospitalaria*, 28(2), 438-446.
- Contreras, J. (1992). "Alimentación y cultura. Reflexiones desde la antropología" en *Revista Chilena de Antropología*, 11, 95-111.
- Contreras, J. (1993). "La nostra alimentació contemporània: Dialectica entre tendències contradictòries?" en *Revista d'etnologia de Catalunya*, 2, 42-53.
- Contreras, J., Ribas, J. (2012). "Los alimentos modificados. ¿El omnívoro desculturalizado?" en *Gazeta de Antropología*, 28, 3. <https://digibug.ugr.es/handle/10481/22985> [Consulta: 30 de mayo 2020].
- Contreras, J., Ribas, J. (2014). "Sobre la construcció social del patrimoni alimentari" en *Revista d'etnologia de Catalunya*, 39, 84-94.
- Dacosta, A. (2012). "Original y sucedáneo: Aproximación a una antropología del gusto", en Dacosta, A. (ed.), *Receta instructiva y universalmente benéfica del nuevo invento del Chocolate Zamorense, de Fray Vicente de Argüelles*. Zamora: Instituto de Estudios Zamoranos «Florián de Ocampo», p. 123-139.
- Díaz Mejía, M. del C., Mora Ventura, M.T., Rodríguez Gálvez, A.M., Riba Sicart, M.M. (2005). "Patrón alimentario de estudiantes universitarios: Comparación entre culturas" en *Revista española de nutrición comunitaria*, 11(1), 8-11.
- Douglas, M. (1966). *Purity and Danger: An Analysis of Concepts of Pollution and Taboo*. Londres: Routledge and Keegan Paul.
- Douglas, M. (1979). "Les structures du culinaire" en *Communications*, 31, 145-170.
- Duhart, F. (2002). "Comedo ergo sum. Reflexiones sobre la identidad cultural alimentaria" en *Gazeta de Antropología*, 18. <http://hdl.handle.net/10481/7403> [Consulta: 30 de mayo 2020].
- Duhart, F., Medina, F.X. (2008). "Els espais socials de la paella: Antropologia d'un plat camaleònic" en *Revista d'etnologia de Catalunya*, 32, 88-111.
- Duque, J.J. (2018). "El papel de la especulación financiera en la subida de los precios de los alimentos de 2007 a 2014: una aproximación empírica" en *Revista de economía crítica*, 26, 24-50.
- España. Real Decreto 2323/1985, de 4 de diciembre, por el que se aprueba la Reglamentación Técnico-Sanitaria para la elaboración, almacenamiento, transporte y comercialización de sucedáneos de café. *BOE*, núm. 299, de 14 de diciembre de 1985.
- España. Real Decreto 823/1990, de 22 de junio, por el que se aprueba la reglamentación técnico-sanitaria para la elaboración, circulación y comercio de productos derivados de cacao, derivados de chocolate y sucedáneos de chocolate. *BOE*, núm. 154, de 28 de junio de 1990.

- España. Real Decreto 1055/2003, de 1 de agosto, por el que se aprueba la reglamentación técnico-sanitaria sobre los productos de cacao y chocolate destinados a la alimentación humana. *BOE*, núm. 154, de 28 de junio de 1990.
- Espeitx, E. (2012). "La vivencia del cambio alimentario en la migración" en Gracia Arnaiz, M. (ed.), *Alimentación, salud y cultura: Encuentros interdisciplinares*. Valencia: Publicacions URV, p. 381-395.
- Garine, I. de. (1999). "Antropología de la alimentación: entre Naturaleza y Cultura" en *Alimentación y cultura: Actas del congreso internacional*. Huesca: La Val de Onsera, p. 13-34.
- Garine, I. de. (2002). "Antropología de la alimentación y autenticidad cultural" en Gracia Arnaiz, M. (ed.), *Somos lo que comemos: estudios de alimentación y cultura en España*. Barcelona: Ariel, p. 9-14.
- González Picáns, A., Puig, B. (2017). "Analizar una problemática ambiental local para practicar la argumentación en clase de ciencias" en *Revista Electrónica de Enseñanza de las Ciencias*, 16(2), 280-297.
- González Rodríguez, L. (2016). *Estudio sobre los hábitos alimenticios y la calidad de la dieta en la población universitaria de Cantabria*. Tesis Doctoral. Santander: Universidad de Cantabria, <https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/8560/GonzalezRodriguezL.pdf;jsessionid=6187F237724403067C69889CA46652C4?sequence=4> [Consulta: 27 de septiembre 2020].
- González Turmo, I. (1995). *Comida de rico, comida de pobre: Los hábitos alimenticios en el Occidente andaluz (siglo XX)*. Sevilla: Universidad de Sevilla.
- González Turmo, I. (1996). *Antropología de la alimentación: nuevos ensayos sobre la dieta mediterránea*. Sevilla: Universidad de Sevilla.
- Goody, J. (1982). *Cooking, Cuisine and Class: A Study in Comparative Sociology*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Gracia Arnaiz, M. (2015). *Comemos lo que somos. Reflexiones sobre cuerpo, género y salud*. Barcelona: Icaria.
- Harris, M. (1999). *Bueno para comer. Enigmas de alimentación y cultura*. Madrid: Alianza Editorial.
- Iglesias López, M.T., Mata, G., Pérez, A., Hernández, S., Chico, R.G., Papadaki, C. (2013). "Estudio nutricional en un grupo de estudiantes universitarios madrileños" en *Nutrición clínica y dietética hospitalaria*, 33(1), 23-30.
- Jiménez Aleixandre, M.P. (2010). *10 Ideas Clave. Competencias en argumentación y uso de pruebas*. Barcelona: Graó.
- Korr, J.L., Broussard, C. (2004). "Challenges in the Interdisciplinary Teaching of Food and Foodways" en *Food, Culture & Society*, 7(2), 147-159.
- Larrea Killinger, C. (1997). *La cultura de los olores. Una aproximación a la antropología de los sentidos*. Quito: Abya-Yala.
- Le Breton, D. (2007). *El sabor del mundo. Una antropología de los sentidos*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Lévi-Strauss, C. (1964). *Mythologiques, 1. Le cru et le cuit*. París: Plon.
- Lévi-Strauss, C. (1966). *Mythologiques, 2. Du miel aux cendres*. París: Plon.

- Lévi-Strauss, C. (1968). *Mythologiques, 3. L'origine des manières de table*. París: Plon.
- López García, J. (2003). "Algunas consideraciones metodológicas en los trabajos de campo en antropología de la alimentación" en *Revista de Antropología Social*, 12, 223-241.
- López García, J., Mariano Juárez, L., Medina, F.X. (2016). "Usos y significados contemporáneos de la comida desde la antropología de la alimentación en América Latina y España" en *Revista de dialectología y tradiciones populares*, 71(2), 327-370.
- Medina, F.X. (2002). "Alimentación, etnicidad y migración: ser vasco y comer vasco en Cataluña" en Gracia Arnaiz, M. (ed.), *Somos lo que comemos: estudios de alimentación y cultura en España*. Barcelona: Ariel, p. 123-148.
- Mintz, S.W., Du Bois, C.M. (2002). "The Anthropology of Food and Eating" en *Annual Review of Anthropology*, 31, 99-119.
- Montero Mórtola, C. (2010). "La mesa globalizada. Estilos alimentarios interétnicos" en *Gazeta de Antropología*, 26, 1. <http://hdl.handle.net/10481/6800> [Consulta: 31 de mayo 2020].
- Moreno Gómez, C. (2012). *Factores que influyen en la actividad física y en los hábitos alimentarios de los estudiantes universitarios*. Tesis Doctoral. Palma de Mallorca: Universitat de les Illes Balears, <https://www.tesisenred.net/handle/10803/84130#page=1> [Consulta: 27 de septiembre 2020].
- Morris, W. (2016). *La era del sucedáneo, y otros textos contra la civilización moderna*. Logroño: Pepitas de Calabaza.
- Riba Sicart, M. (2002). *Estudio de los hábitos alimentarios en población universitaria y sus condicionantes*. Tesis Doctoral. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona, <https://www.tdx.cat/handle/10803/5632#page=1> [Consulta: 27 de septiembre 2020].
- Rodríguez García, R. (2015). "Aproximación antropológica a la lactancia materna" en *Antropología Experimental*, 15. <https://doi.org/10.17561/rae.v0i15.2620> [Consulta: 30 de mayo 2020].
- Ruiz Moreno, E., Del Pozo, S., Valero, T., Ávila, J.M., Varela-Moreiras, G. (2014). *Estudio de hábitos alimentarios y estilos de vida de los universitarios españoles. Patrón de consumo de bebidas fermentadas*. Fundación Española de la Nutrición.
- Sainz García, P., Ferrer Svoboda, M.C., y Sánchez Ruiz, E. (2016). "Competencias culinarias y consumo de alimentos procesados o preparados en estudiantes universitarios de Barcelona" en *Revista Española de Salud Pública*, 90. <https://www.recercat.cat/handle/2072/365373> [Consulta: 31 de mayo 2020].
- Sánchez Sabaté, R., del Valle, C., y Mensa, M. (2019). "Método para la construcción de grandes corpus temáticos de noticias de prensa digital. Hacia un corpus sobre el hecho alimentario" en *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, 594-617.
- Sánchez Socarrás, V., Aguilar Martínez, A. (2015). "Hábitos alimentarios y conductas relacionadas con la salud en una población universitaria" en *Nutrición Hospitalaria*, 31(1), 449-457.
- Solbes, J. (2013). "Contribución de las cuestiones socio-científicas al desarrollo del pensamiento crítico (I): introducción" en *Revista Eureka Sobre Enseñanza y Divulgación de las Ciencias*, 10(1), 1-10.
- Terrio, S.J. (2000). *Crafting the Culture and History of French Chocolate*. Los Ángeles: University of California Press.

LA ALIMENTACIÓN ACTUAL DESDE LA VISIÓN CRÍTICA DE LAS HUMANIDADES

Nuria Faba Muñoz

Universitat Politècnica de València. nufamuo@bbaa.upv.es

Abstract: From the humanities, there is a growing interest, from different professionals covering different areas and disciplines, for a recurring theme in everyday life such as food. For this reason, from the world of plastic and audiovisual arts, art history, museums, from cinema, journalism, philosophy, sociology and academic research, projects have been developed whose main objective is to make visible and to develop the food theme. Today's society is the product and victim of programmed obsolescence, transience, and in short, capitalism. Food and everything related to its practices is not exempt from these changes, in terms of the preparation of processed foods, their sale, consumption and the daily act of eating. All this is understood through the reflection and publications of theoretical and artistic referents that have worked on the thematic of food. A selection of referents from various disciplines is being presented, such as: Patty Chang, Romira de Novellis, Gregg Segal, Jorge Riechmann, Carolyn Korsmeyer and Esther Vivas, among many others. Through their publications they make the audience reflect in terms of art, ecology, feminism, literature and philosophy.

Keywords: food, processed foods, consumption, daily act of eating, globalization, humanities, literature, philosophy, cinema, art.

Resumen: Desde las humanidades cada vez surge un mayor interés, por parte de distintos profesionales que abarcan diversas áreas y disciplinas, por una temática latente en la cotidianidad como es la alimentación. Es por ello, que desde el mundo de las artes plásticas y audiovisuales, la historia del arte, los museos, desde el cine, el periodismo, la filosofía, la sociología y la investigación académica, se han gestado proyectos cuyo principal objetivo es visibilizar y desarrollar la temática alimentaria. La sociedad actual es producto y víctima de la obsolescencia programada, la fugacidad y, en resumidas cuentas, del capitalismo. La alimentación y todo lo relativo a sus prácticas, no está exenta de dichos cambios en cuanto a la elaboración de alimentos procesados, la venta, el consumo y al acto cotidiano de comer. Todo ello es entendido a través del pensamiento y la obra de referentes teóricos y artísticos que han trabajado la temática de la alimentación. Se presenta una selección de referentes de varias disciplinas como: Patty Chang, Romira de Novellis, Gregg Segal, Jorge Riechmann, Carolyn Korsmeyer y Esther Vivas, entre muchos otros. A través de sus trabajos hacen reflexionar al público en términos de arte, ecología, feminismo, literatura y filosofía.

Palabras clave: alimentación, alimentos procesados, consumo, acto cotidiano de comer, globalización, humanidades, literatura, filosofía, cine, arte.

Citar como: Faba Muñoz, N. (2021). La alimentación actual desde la visión crítica de las humanidades. En *Actas del II Congreso Internacional sobre Patrimonio Alimentario y Museos*. 11-12 noviembre, 2020, Valencia, España. pp. 215-230.

1. Introducción

En los últimos tiempos, en el campo de las humanidades ha crecido un inusual interés por el área de la alimentación. Es por ello que, desde el mundo de la historia del arte, la museología, la filosofía, la sociología, la investigación académica, el periodismo, las artes plásticas, el cine y las áreas audiovisuales, se han gestado proyectos cuyo principal objetivo es visibilizar y desarrollar la temática alimentaria. Esta investigación ha sido abordada por distintos profesionales desde distintos ámbitos y disciplinas. Expresando así, una temática latente en la cotidianidad como es la preocupación por la alimentación. A través de las humanidades se revelan todos estos cambios, desde distintas miradas críticas hacia la alimentación actual en un contexto de mundialización.

La alimentación y todo lo relativo a sus prácticas no está exenta a los cambios marcados por la tecnificación en un contexto de globalización, en cuanto a la elaboración de alimentos procesados nocivos, la venta desahogada, el consumo masivo y al acto cotidiano de comer y desechar.

La finalidad de esta investigación es hacer reflexionar al espectador sobre cómo la sociedad actual es producto y víctima de una obsolescencia programada. Donde la velocidad, la fugacidad, la futilidad, instauran una visión capitalista; una sociedad de consumo exacerbado en un contexto globalizado. Se ha querido evidenciar cómo las humanidades y las artes, han desarrollado herramientas discursivas, para testimoniar y reconsiderar nuevas opciones, más conciliadoras con el equilibrio del ecosistema y de la sostenibilidad.

Mediante el presente artículo se pretende testimoniar que existe una conciencia crítica respecto al sistema alimentario actual y que, desde numerosos ámbitos, se han criticado los embates ecológicos al ecosistema, la contaminación alimenticia con aditivos nocivos para la salud, se ha manifestado la alta incidencia de contaminación ambiental, debida a los residuos plásticos y tóxicos que contaminan nuestro planeta. La presente investigación y proyecto inciden en ese ámbito testimonial y crítico.

Como se puede apreciar en la bibliografía, se ha recogido el pensamiento y la obra, de referentes teóricos y artísticos, que han trabajado la temática de la alimentación. Presentados desde distintos ámbitos interdisciplinarios, por ejemplo: Martha Rosler, Patty Chang, Romira de Novellis, Gregg Segal, Jorge Riechmann, Carolyn Korsmeyer y Esther Vivas, entre muchos otros. Cuyos trabajos nos hacen reflexionar al público, en términos de arte, ecología, feminismo, literatura y filosofía.

2. Objetivos

Como principal objetivo se pretende:

- Reflejar el papel que desarrollan las humanidades en la visión crítica de la alimentación hasta la actualidad.

Existen otros objetivos que lo secundan:

- Investigar y analizar desde el contexto de globalización, los cambios que se han producido entorno a la alimentación, el consumo de alimentos y el acto cotidiano de comer.

- Recopilar y testimoniar fuentes referenciales que apoyen el discurso alimentario desde las distintas vertientes de las humanidades.
- Mostrar los proyectos artísticos personales cuyo tema principal es tratar de visualizar el poder de las multinacionales alimentarias y su repercusión en la salud medioambiental, desde la instalación audiovisual, gráfica y escultórica.
- Demostrar cómo desde las diferentes disciplinas que comprenden las humanidades se consigue una idea más completa, transversal y crítica sobre la alimentación.
- Incitar al lector a que se anime a profundizar en el tema de la alimentación y cultura desde una visión más amplia y crítica.

3. La alimentación desde las humanidades: visión desde los diferentes prismas culturales

Desde el campo de las humanidades y de un modo transversal, se ha abordado el tema de la alimentación con una multitud de posicionamientos estéticos, teóricos y críticos. Son muchas las obras en las que se constata la preocupación por la alimentación, ya sea con un valor puramente estético como con valores más elevados cercanos al razonamiento filosófico. El gusto, el placer, los aromas, el deleite de los sentidos, la sexualización, la preocupación por la salud y el medioambiente y la creación gastronómica, entre otros aspectos, nos acercan a cómo a lo largo de la historia el ser humano se ha comunicado con sus semejantes a través de la gastronomía. El acto de comer en muchos casos ha sido el vehículo para conseguir otros fines como es el acercamiento social, político y económico.

3.1. Visionamiento filosófico y sociológico sobre la alimentación

En el presente artículo se ha considerado oportuno poder hablar del gusto desde el prisma de la filosofía, no el gusto como estética, sino el gusto como sentido y de la alimentación actual en un contexto de globalización. Por esta razón es interesante poder mostrar la investigación y las reflexiones de la filósofa y docente Carolyn Korsmeyer, sobre el gusto y el trabajo teórico del filósofo Jorge Riechman sobre la alimentación actual.

En el libro *El sentido del gusto, comida estética y filosofía*, (Korsmeyer, 2002) realiza una investigación sobre el sentido del gusto. Revisando los pensamientos e ideas que muchos filósofos han tenido a cerca de él a lo largo de la historia. Se refiere al gusto en sentido literal, es decir el que tiene lugar en la boca, el que implica a nuestras papilas gustativas.

Korsmeyer realiza una comprensión teórica comparativa del sabor de la comida desde el prisma de la visión filosófica y desde la interpretación del arte. Realizando sus propias aportaciones reflexivas.

El placer gustativo puede ser una satisfacción, una experiencia relajante pero también puede ser una depravación, un abuso y para muchos una perversión. El arte ha podido reflejar todos estos aspectos no sólo desde la pintura, escultura, el vídeo, sino que también podemos encontrar referentes en la literatura, la música o en el cine.

Son muchos los filósofos que consideran el sentido del gusto como poco merecedor de interés filosófico. Idea que Korsmeyer está totalmente en desacuerdo. Pero exponiendo los hechos

y un repaso por la historia nos damos cuenta que: desde la antigüedad se le ha considerado un sentido de categoría inferior por estar asociado a impulsos básicos y a nuestra parte exclusivamente animal, es una de las razones por la que la filosofía lo menosprecia. Al ser un instinto no parece tener un papel en el ámbito de la racionalidad y es por ello que lo consideran de escaso interés teórico. De hecho, desde el punto de vista moral y en la gran mayoría de leyes éticas, se ha defendido que el gusto no responde a la razón sino a un impulso básico, a la tentación y debe ser controlado por la razón para vivir dentro de las leyes morales.

Korsmeyer no está de acuerdo en que no se pueda filosofar sobre el sentido del gusto, ella no lo considera un sentido inferior y de hecho, para ella, tiene una gran riqueza de interpretaciones. Con lo cual es muy merecedor de ser tratado desde la filosofía, la estética, el arte... en fin desde las humanidades. Como bien explica en el libro (Korsmeyer, 2002) la rama de la filosofía que invita más a un estudio teórico del gusto, de los alimentos y de la comida, es la estética y la filosofía del arte. El sentido del gusto ha ofrecido realizar comparaciones provocativas a las teorías de la percepción estética y la distinción de cualidades artísticas quizás porque se han creado paralelismos entre la preparación de la comida y la creación artística. Los sentidos como la vista y el oído han sido considerados fundamentales para formular el concepto de las bellas artes respecto a los otros sentidos. Sin embargo, el gusto ha servido como metáfora estética desde la antigüedad. Algunos aspectos del sentido del gusto se han utilizado como comparación con la valoración estética como la respuesta de placer o rechazo al percibir un objeto. Pero el placer es considerado demasiado sensorial como para ser calificado estético. El sentido del gusto ha sido menospreciado, incluso se ha creído que en la capacidad gustativa es el olfato quien tiene mayor protagonismo.

No hay que ignorar las grandes aportaciones, por parte de la rama de la psicología y de la antropología, para poder realizar esta investigación sobre el sentido del gusto mediante su estudio físico. El sentido del gusto está relacionado con la evolución de la cocina y los modelos alimentarios que existen en el mundo, junto a los avances tecnológicos y a las nuevas conductas sociales. Es por ello que se puede hablar de una revolución respecto a los hábitos de los distintos aportes de un mundo globalizado. Las empresas alimentarias saben lo importante que es para el consumidor que un producto tenga un sabor placentero, agradable y reconfortante, es por ello que redireccionan sus productos enfocándose hacia el sentido del gusto, la vista y el olfato para ser comercializado. A través del gusto los seres humanos pueden experimentar experiencias placenteras y otras más desagradables e incluso puede provocar estados de ánimo. Esto es algo que la industria alimentaria lo tiene muy presente a la hora de elaborar sus productos procesados, añadiéndoles aditivos que pese a su dudosa y en algunos casos demostrada insalubridad, los utilizan como reclamo. Aditivos como son los potenciadores del sabor, comidas con sabores disfrazados que nos recuerdan a otros alimentos. El gusto puede ser objeto de una amplia creatividad, que si se analiza bien tiene un amplio espectro de posibilidades para dialogar desde el punto de vista filosófico. Porque somos individuos que conectamos las ideas a las sensaciones y viceversa.

Jorge Riechmann filósofo, ensayista, poeta y matemático, dirige su investigación a las consecuencias para la salud alimentaria y medioambiental, en un mundo globalizado en pro del capitalismo. En el artículo *Argumentos recombinantes*, (Riechmann, 1999) habla acerca de los alimentos transgénicos. En dicho texto se pone de manifiesto el contexto legal, político, económico, en el que se está empleando la manipulación genética y se pone en evidencia cuáles son los

intereses en juego. El problema no es "la biotecnología" en sí misma, sino "la biotecnología de las multinacionales". Según Riechmann parte del problema es que la biotecnología de las multinacionales tiende a dirigir toda la biotecnología. Hay una evidencia y es que por parte de esas empresas transnacionales se están obviando los riesgos hacia la población, prescindiendo de un debate social e ignorando los controles democráticos. Estas empresas convierten la biosfera en un gran laboratorio, en el que todo puede ser manipulado. Todo ello ha generado un gran debate ético y sociopolítico. Se trata de procesos irreversibles: estos alimentos ya se han adentrado en los circuitos de la industria alimentaria sin etiquetado distintivo y por ello resulta realmente difícil detectarlos. La humanidad vive un momento de confusión acerca de lo que estamos ingiriendo, ello provoca desconfianza, ya que se desconocen los efectos que tendrán para nuestra salud a largo plazo.

Se puede apreciar que desde la filosofía existen diferentes preocupaciones por el tema alimentario. Existe un tercer enfoque que es la preocupación por las consecuencias de la globalización de una sociedad capitalista, este enfoque ha sido investigado no sólo por Jorge Riechmann sino también por otros teóricos como el sociólogo Zygmunt Bauman como muestra en sus libros y ensayos, como por ejemplo en *Vida de consumo*, (Bauman, 2007). En este libro Bauman analiza la sociedad actual que está sometida a los mecanismos del mercado capitalista y globalizado.

Desde los distintos horizontes de la cultura se muestra el interés por la alimentación ya que es una práctica cotidiana muy presente en el día a día, cada vez reclama mayor atención y somos muchas y muchos los profesionales que desde diferentes disciplinas, nos dedicamos a su investigación.

3.2. Retrato de la alimentación a través de la palabra escrita

3.2.1. La alimentación presente en las obras literarias

La alimentación es un tema recurrente en la literatura. Incluso a la hora de retratar una historia de género: romántico, histórico, de aventuras o costumbrista. Empatizando con el lector haciéndole viajar por su imaginación y recuerdos, llegando a recrear desde su mente un amalgama de sabores y olores que están relacionados, entre otros, con sentimientos de alegría, nostalgia o tristeza.

Son muchos los libros de recetas, pero si nos referimos al género novelesco se ha realizado una selección de tres obras literarias, adaptadas a guiones cinematográficos, que constatan la importancia de la alimentación y la gastronomía a lo largo de los tiempos. Estas novelas son:

Como agua para chocolate, se trata de una novela escrita por Laura Esquivel, en la que la autora vincula las emociones, sufridas por las imposiciones familiares, a los sentidos del gusto y el olfato vinculados a la comida (Esquivel, 1989).

El festín de Babette, novela escrita por Karen Christence Blixen- Finecke bajo el pseudónimo de Isak Dinesen. Ambientada en 1871 en la guerra franco-prusiana, en la que se muestra el sentimiento de agradecimiento a través de la comida elaborada, con cariño y arte. La protagonista se considera a sí misma como una gran artista (Blixen, 1950).

Y por último *Chocolat*, escrita por Joanne Harris. A través de la gran variedad de chocolates especiados, la protagonista consigue realizar una gran carta para cada estado de ánimo o problema, es por esta razón que consigue cautivar a la población (Harris, 1999).

Otro tipo de relato son los que tienen un carácter divulgativo, estos son los libros de investigación periodística.

3.2.2. La investigación periodística, relatos divulgativos

Son bastantes los libros de divulgación periodística, por parte de profesionales del periodismo de investigación. Preocupados por temas relativos a la dieta actual, como la procedencia y la elaboración de los alimentos altamente procesados. Se trata de productos alimenticios elaborados bajo una dudosa ética empresarial y medioambiental. Estos profesionales muestran una clara preocupación por cómo los consumidores son manipulados para que en sus cestas de la compra imperen los productos ultraprocesados frente a los alimentos naturales.

Se ha procedido a la selección de tres autores como paradigma de la preocupación por la alimentación actual, desde el punto de vista periodístico. Estos periodistas y divulgadores científicos son: Eric Scholsser, Michael Polland y Esther Vivas. Muestran la cara oculta de la alimentación globalizada de mano de las multinacionales alimenticias.

Fast Food Nation: The Dark Side of the All-American Meal, libro del periodista de investigación Eric Scholsser. Muestra el impacto de las empresas estadounidenses de comida rápida (Fast food) a nivel local y global. Se muestra la investigación del origen y tratamiento de esta comida rápida, llegando a investigar a las granjas intensivas. Evidenciando el impacto negativo que esta industria supone para la salud de las personas y del medioambiente. Además de mostrar las prácticas del maltrato animal y las pésimas condiciones laborales de sus trabajadores. Muestra el impacto negativo que supone para la salud de sus consumidores, en términos de obesidad y otro tipo de enfermedades al igual que el impacto para el paisaje y la salud medioambiental (Scholsser, 2001).

El detective en el supermercado. Come bien sin dejarte engañar por la ciencia y la publicidad, Escrito por el periodista Michael Polland, examina a través de un lenguaje divulgativo el desarrollo de la industria alimentaria y cómo esta ha influido en nuestros hábitos alimentarios. El autor investiga de forma crítica los hábitos alimentarios de occidente y de cómo estos hábitos, en un mundo globalizado, se van expandiendo a otros países del mundo. El autor afirma que mucho de lo que consumimos hoy en día no es comida, sino "sustancias comestibles parecidas a la comida", que no proceden de la naturaleza sino de la ciencia. En este punto es donde habla sobre "imitación", cuando un alimento natural es modificado (Polland, 2009).

El negocio de la comida, ¿quién controla nuestra alimentación?, 2017. En su libro la periodista y divulgadora Esther Vivas desde una visión crítica hacia la alimentación actual, desarrolla temas de gran relevancia como: la procedencia de los alimentos, la soberanía alimentaria, la hambruna mundial, la crisis alimentaria global, el despilfarro alimentario, las semillas, transgénicos, la globalización alimentaria, los alimentos Kilométricos, ecofeminismo y sobre las dificultades del campesinado frente a la Política Agrícola Común (Vivas, 2017).

Existen otra serie de libros que apuestan por compartir las ideas que enmarcan al Slow Food. Se ha seleccionado a Carlo Petrini como fundador del movimiento Slow Food y a Carlos Ríos nutricionista y fundador del movimiento Realfooding.

Slow Food, the case for taste, escrito por Carlo Petrini. Se presenta como una alternativa a la comida rápida, centra su empeño en preservar la cocina tradicional y regional, la biodiversidad

agrícola. Muestra especial interés por promover el cultivo de plantas, el uso de semillas y la cría del ganado propias del ecosistema local.

Trabajan como repulsa a la globalización de la producción agrícola, es por ello que como objetivo plantea producir comida de una manera sostenible a la vez que potencia la promoción de pequeños negocios locales. Comer sano, saborear los alimentos naturales y disfrutar del momento compartido con los demás comensales y a la vez siendo responsables con el planeta. Fomenta un estilo de vida sano frente al Fast food que fomenta la inmediatez en un mundo acelerado, globalizado y víctima del capitalismo (Petrini, 1986).

Slow Food es sinónimo de la comida como placer, toma de conciencia y responsabilidad.

Quizás este libro *Slow Food, the case for taste*, sea el referente principal de muchos nutricionistas. Actualmente conocemos el caso del influencer, nutricionista y fundador del movimiento Realfooding Carlos Ríos, que en su libro:

El libro *Come comida real*, invita a los lectores a plantearse cuestiones sobre su alimentación. En el libro se muestran las bases del Realfooding movimiento que promueve un estilo de vida diferente al convencional de hoy en día. Este estilo de vida se basa en comer comida real, es decir: dejar de lado la comida ultra procesada, comer pocos procesados y sin embargo poder disfrutar de los alimentos enteros o naturales que están libres de la manipulación industrial. Muestra un recetario con este tipo de alimentos sanos, reales, con recetas sabrosas y fáciles de elaborar (Ríos, 2019).

3.2.3. La alimentación vista desde el cine. Del guión cinematográfico a la gran pantalla

De la pequeña selección de libros, de estilo novelesco, anteriormente expuestos que tratan el tema alimentario y gastronómico, han sido adaptados a la gran pantalla, al cine. A continuación se muestra una serie de películas, totalmente recomendables, que muestran la importancia de la alimentación en nuestra forma de relacionarnos a lo largo de la historia. Tocando diferentes temas y estados de ánimo, generando un hilo conductor común que es la alimentación. La gastronomía se presenta desde el género amoroso, histórico, de comedia, de intriga y de animación.

La selección comienza con un hito del cine como es:

La grande Bouffe del director Marco Ferreri, en la que un grupo de amigos, cuatro en concreto, se reúnen para realizar un suicidio colectivo que consiste en comer sin parar hasta la muerte. Los cuatro personajes representan de alguna forma las cuatro instituciones: un juez, un funcionario de medios, un piloto aeronáutico y un cocinero. En esta película no se trata sólo la aparente glotonería, hay mucho más detrás de cada acción que ocurre relacionada con el gusto, con los alimentos, el placer...Llevan la idea de la sociedad de consumo, al límite. Trata el tema de comer compulsivamente y otros temas escatológicos. La película influye en el estado de ánimo del espectador, en algunas escenas provoca hambre, en otras placer, en otras repulsión. Es una metáfora sobre la sociedad de consumo que se consume así misma (Ferreri, 1973).

A continuación se muestra un listado de películas que son adaptaciones fieles a obras literarias:

Quizás la película más dura con el sistema alimentario actual sea *Fast Food Nation*, dirigida por Richard Linklater en la que se hace una fuerte crítica a la comida fast food (Linklater, 2006).

En la película *Como agua para chocolate* dirigida por Afonso Arau, se realiza una visión de la tradición agridulce de las relaciones familiares a través de la comida (Arau, 1992).

El festín de Babette, película dirigida por Gabriel Axel, es la adaptación de una novela en la que la comida se representa como añoranza, exquisitez (Axel, 1987).

Chocolat dirigida por Lesse Hallström, es fiel a la novela que lleva por nombre el mismo título. En la que nos muestra como cada receta de chocolate está destinada a un estado de ánimo en concreto, desde una estética cautivadora (Hallström, 2000).

Otros títulos que directamente provienen de guiones cinematográficos son:

La comedia dramática titulada *Deliciosa Martha* cuyo guión y dirección pertenece a Sandra Nettlebeck, trata de una historia de amor, amistad y cocina (Nettlebeck, 2001).

Una película dirigida por David Pinillos titulada *Bon appétit*, presenta una historia de amistad, amor, ambición todo en el seno de la cocina de un restaurante (Pinillos, 2010).

Como ejemplo de una entrañable película de animación se presenta *Ratatouille* dirigida por Brad Bird. El papel protagonista lo encarna un carismático ratón que sueña con ser chef. El destino le lleva a los fogones de uno de los mejores restaurantes de París (Bird, 2007).

Para muchos *Vatel*, dirigida por Roland Joffé, se trata de una obra maestra. De Género histórico biográfico ambientada en el S. XXVII. Presenta un drama de época, en el que se narra un acontecimiento histórico, como es la visita de Luis XIV al Castillo del príncipe de Condé. El príncipe quiere recuperar el favor del rey para ello encarga unas largas jornadas de bienvenida a su maestro de ceremonias François Vatel. A través de la gastronomía elaborada y cuidada hasta el más mínimo detalle. Vatel interpretado por Gérard Depardieu, consigue cautivar el paladar de los aristócratas con su cocina altamente sofisticada (Joffé, 2000).

Otro tema que se entrelaza con la alimentación, a parte de la amistad y el amor es el drama de la enfermedad y la exclusión social, por ello se ha visto conveniente presentar la película japonesa *Una pastelería en Tokio*. Dirigida por Naomi Kawase, película que entrelaza drama, enfermedad y dorayakis con salsa "anko" (Kawase, 2015).

Otra película japonesa muy recomendable es *El cocinero de los últimos deseos*. Dirigida por Yōjirō Takita. Se trata de un drama culinario en el que Sasaki-san un cocinero extremadamente perfeccionista pierde su restaurante y se ve obligado a cocinar por encargo. Un día recibe una solicitud especial, debe cocinar un mítico banquete del siglo pasado. Para ello necesita conseguir la receta del famoso chef Yamagata de 1930. Perfección, frustración, tradición y buen gusto gira en torno a la alta cocina (Takita, 2017).

A través de la comedia agridulce que lleva por título *Comer, beber, amar*, se entrelaza la vida cotidiana con el drama, el amor y la gastronomía (Lee, 1994).

Y como colofón de esta selección de películas, ha sido interesante mencionar una serie de Isabel Coixet: *Foddie love*, en la que se entrelaza el romance, la comedia y la gastronomía. Se muestra la historia de pareja, de unos apasionados de la gastronomía. Se consigue una amalgama de sexo, amor y gastronomía, en una obra que no deja al espectador indiferente (Coixet, 2019).

Esta selección es una muestra de cómo el cine, al igual que la literatura, la música y la creación artística pueden empatizar con el espectador mostrando las diferentes visiones respecto a un tema en común: La Alimentación.

3.3. La alimentación desde la práctica artística

Son muchos los artistas que deciden investigar y crear obra acerca de La Alimentación. Siendo un tema de todos los tiempos, es cierto que actualmente está reclamando un mayor interés. La alimentación ha ido evolucionando en consonancia con los avances tecnológicos en un contexto de globalización. Todo ello, desde el puro valor estético o desde una mirada crítica, es reflejado en las obras de los artistas, elaboradas con diferentes técnicas y disciplinas. Como se muestra a continuación, se ha realizado una selección de artistas cuya obra está en relación con la alimentación. Desde la visión de diferentes disciplinas artísticas nos encontramos con los trabajos de performance, trabajos de instalación escultórica, audiovisual y gráfica, trabajos de videocreación y trabajos de activismo artístico.

3.3.1. La performance y la alimentación

Se ha realizado una selección de varios artistas performers que proyectan su particular visión de la alimentación y el arte, a través de sus obras: Martha Rosler, Patty Chang, Romira de Novellis y Rirkirit Tiravanija. Cada cual establece una conexión distinta y personal entre arte y gastronomía para reflejar inquietudes sobre género, preocupación por el despilfarro de comida en un mundo globalizado o el fluir de los intercambios en las relaciones sociales.

De la artista Martha Rosler ha sido interesante destacar tres obras de videoperformance: *A Budding Gourmet*, *The East is Red, the West is Bending* y *Semiótica de la cocina*. En su obra, Martha Rosler, sitúa a la mujer en el espacio doméstico que le ha sido reservado, la cocina. Espacio donde intenta con sus acciones deconstruir el papel tradicional de la mujer. La comida, la publicidad y los programas televisivos de cocina, en los cuales se transmiten los valores y pautas de género, reclaman la atención de la artista. Se establece una asociación entre arte y gastronomía y género. De un modo irónico proyecta la idea de la mujer que intenta conseguir un estatus social para su familia a través de recetas de cocina sofisticada y de la adquisición de novedosos aparatos electrónicos. Emulando el mundo de la publicidad y los canales televisivos de cocina (Rosler, 1975).

Otra artista que trabaja el tema de género asociado a la comida es Patty Chang. Es una artista multidisciplinar, que trabaja en performance, video, escritura o instalación. Su obra es el producto de la investigación de diversos temas complejos de una manera simultánea. Según se puede ver en su página web, podemos apreciar como en sus performances la artista visualiza la experiencia de lo femenino, estableciendo una conexión entre la comida y el cuerpo. Refleja conductas patológicas, como la gula como reacción violenta al ideal de belleza que impone la sociedad (Chang, 1998).

La performer Romira de Novellis, la conexión que se establece entre arte y gastronomía es de denuncia del despilfarro de alimentos, en un mundo globalizado y capitalista. En sus performances, Romira expresa a través de su cuerpo, articulando movimientos repetitivos, sus dudas, preguntas y críticas hacia una sociedad capitalista. Estableciendo su propio cuerpo como centro de su investigación. Entre las siguientes obras, cuyo tema en común es el despilfarro de la comida en los países de occidente: *Tentativas de resurrección*, *La última cena*, *Bella ciao*, *Augurii e Inferno* (Novellis, 2019).

Y de un artista del que es imprescindible hablar es de Rirkrit Tiravanija, cuya obra es una combinación entre fabricación artesanal de objetos, realización de performances y de instalaciones, recreando espacios que incentivan a que la gente interactúe, dejando que ocurran los acontecimientos. Su obra está marcada por la movilidad entre la cultura occidental y la cultura tailandesa (Tiravanija, 1990).

3.3.2. Otras disciplinas artísticas que tienen como eje central de la investigación, la alimentación

Se ha realizado una selección de tres artistas, que recurren a diferentes lenguajes, algunos inscritos en la instalación, en proyectos colaborativos o con un enfoque de su obra de una manera más aislada. Se ha destacado la obra de Daniel Spoerri, Antoni Miralda y Gregg Segal, todos ellos inmersos en la investigación entre arte y alimentación.

Daniel Spoerri, artista conocido por sus *snares-pictures*, con los restos de una comida realiza ensamblajes con platos, cubiertos, vasos y otros objetos a una tabla o sobre una mesa que posteriormente quedaba expuesta. Su *Anecdoted Topography of Change*, consistía en una analogía literaria de sus *snares-pictures*, en los que describe los objetos en relación a los recuerdos personales que le evocaban los objetos. Para Spoerri el arte y la gastronomía estaban íntimamente unidos, en 1968 inauguró su restaurante y fue en 1970 cuando fundó el Eat Art Galerie. Muchas celebridades acudieron a su restaurante y pedían por encargo un "Fallenbilder" que es como él lo llamaba, un cuadro trampa, era la mesa en la que habían comido que la preparaban con la técnica de ensamblaje y se vendía como obra de arte (Spoerri, 1970).

Antoni Miralda, artista multidisciplinar español. Desde la década de 1960, su trabajo ha desarrollado el objeto, el ceremonial, las intervenciones en el espacio público, la comida y el concepto *Food Cultura*. Algunas de sus esculturas son comestibles. Utiliza un lenguaje vibrante y participativo, basado en la celebración de los sentidos, del color, de la vida y de lo imaginario (Miralda, 1960). *Food Cultura* es una fundación privada creada por el artista Antoni Miralda y la chef Montse Guillén. Han generado una plataforma donde se expone el concepto de "Food Cultura" desde la visión conjunta de la alimentación, la práctica artística y la exploración antropológica. se puede visitar su web donde da todo lujo de detalles.

El siguiente artista Gregg Segal nos muestra, a través de la sensibilidad con la que se caracteriza su obra fotográfica, temas que invitan a la reflexión. Como es la alimentación, que ha impuesto occidente al resto del mundo, en un mundo globalizado. Gregg Segal en la serie fotográfica *Daily-Bread*, (2017) hace referencia a cómo la comida basura va colonizando los distintos países. Indagando sobre la dieta de un grupo de menores, realiza una serie fotográfica en la que están retratados con aquellos productos procesados que suelen formar parte de su dieta. Resulta impactante ver a estos niños rodeados de tanta comida ultra procesada llamada coloquialmente comida chatarra o comida basura. En la revista digital de fotografía *Lensculture* hay un artículo escrito por el propio Segal hablando del proyecto fotográfico *Daily-Bread* (Segal,2016).

Se ha considerado pertinente hacer mención al trabajo artístico personal, resultado de años de investigación doctoral, artística y teórica de la autora del presente artículo. Desde la temática del poder de las multinacionales alimenticias y su repercusión en la salud del medioambiente, a través de la instalación audiovisual, escultórica y gráfica. Disponible en los siguientes enlaces de su blog (Faba, 2020).

4. Resultados obtenidos

Desde los diferentes ámbitos de las humanidades se ha podido realizar una visión crítica de la alimentación. Como resultado se puede disfrutar del pensamiento de diferentes autores materializando esas ideas en textos filosóficos, textos literarios, de investigación, divulgativos, obras cinematográficas y obras de práctica artística.

Se ha podido ofrecer una selección de obras de diferentes disciplinas, que pueden constatar el papel tan importante que la alimentación ha tenido y tiene en el mundo de la cultura. Las humanidades cumplen una tarea muy importante que es la de transmitir emociones, pensamientos, ideas, sensaciones, haciéndolas accesibles al público en general, generando empatía.

5. Conclusiones

A través del presente artículo, se ha podido reflejar el importantísimo papel que desarrollan las humanidades en la visión crítica de la alimentación.

Mediante la Investigación y el análisis desde el contexto de globalización, se han podido encontrar obras de diferentes autores y disciplinas que constatan los cambios que se han producido entorno a la alimentación, el consumo de alimentos y el acto cotidiano de comer.

Para ello se han recopilado y testimoniado fuentes referenciales que apoyan el discurso alimentario de manera transversal desde las distintas vertientes de las humanidades.

Se ha considerado oportuno mostrar un link con los proyectos artísticos personales cuyo tema principal es tratar de visualizar el poder de las multinacionales alimentarias y su repercusión en la salud medioambiental, desde la instalación audiovisual, gráfica y escultórica, fruto del trabajo de investigación doctoral.

Bibliografía

Libros

Bauman, Z. (2007). *Vida de consumo*. Madrid: FCE.

Blinxen-Finecke, K (2005). *El festín de Babette*. Madrid: NORDICA.

Bourriaud, N. (2008). *Estética Relacional*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo editora S.A.

Esquivel, L. (1989). *Como agua para chocolate*. México: Planeta.

Harris, J. (1999). *Chocolate*. Madrid: Alcaná Libros.

Petrini, C. (1986). *Slow food, The case for taste*. New York: Columbia University Press.

Polland, M. (2009). *El detective en el supermercado. Come bien sin dejarte engañar por la ciencia y la publicidad*. Madrid: Temas de hoy.

Schlosser, E. (2001). *Fast Food Nation: The Dark Side of the All-American Meal*. New York: Houghton Mifflin Company.

Riechmann, J. (1999). *Argumentos recombinantes sobre cultivos y alimentos transgénicos*. Madrid: Fundación Primero de Mayo, Los libros de la Catarata.

Ríos, C. (2019). *Come comida real*. Barcelona: Ediciones Paidós.

Vivas, E. (2017). *El negocio de la comida, ¿quién controla nuestra alimentación?*. Barcelona: Icaria.

Páginas web

Martha Rosler. <http://www.martharosler.net> [Consulta: 20 de octubre 2020].

Patty Chang. <http://www.pattychang.com> [Consulta: 25 de octubre 2020].

Romira De Novellis. <https://www.romina-denovellis.com/infernovenice> [Consulta: 27 de octubre 2020].

Blogs

Faba Muñoz, N. (2014). <https://nuriafaba.tumblr.com> [Consulta: 20 de octubre 2020].

Películas

Le grande Bouffe (La gran comilona. Dir. Marco Ferreri). Arrow films, 1973.

Fast Food Nation (Dir. Richard Linklater). Hanway films, 2006.

Como agua para chocolate (Dir. Alfonso Arau). A contracorriente films, 1992.

El festín de Babette (Dir. Gabriel Axel). A contracorriente films, 1987.

Chocolat (Dir. Lesse Hallström), Miramax, 2000.

Deliciosa Martha (Dir. Sandra Nettlebeck), Babaria Film, 2001.

Ratatouille (Dir. Brad Bird), Pixar Animation Studios y Walt Disney, 2007.

Vatel (Dir. Roland Joffé), A contracorriente films, 2000.

Una pastelería en Tokio (Dir. Naomi Kawase), Caramel films, 2015.

El cocinero de los últimos deseos (Dir. Yōjirō Takita), A contracorriente films, 2017.

Comer, beber, amar (Dir. Ang Lee), The Samuel Goldwyn Company, 1994.

Foddie love (Dir. Isabel Coixet), HBO, 2019.

LA MORINGA OLEÍFERA, TRADICIÓN EN LA MESA Y PATRIMONIO ALIMENTARIO

Laura García España ^a, María Desamparados Soriano ^b, Francisco García Mares ^c

^aDepartamento de Biología Vegetal. Universitat de València, España. laugars2@alumni.uv.es

^bDepartamento de Producción Vegetal. Universitat Politècnica de València, España. asoriano@prv.upv.es

^cDepartamento de Ingeniería Hidráulica y Medio Ambiente. Universitat Politècnica de València, España. fgarcia@gmf.upv.es

Abstract: The *Moringa oleifera* Lam. it is the best known and most widespread species of the 14 species belonging to the family Moringaceae. The Moringa tree is native to the sub-Himalayas, and northern India, Pakistan, Bangladesh and Afghanistan, but can currently be found in tropical and subtropical regions around the world reaching the Guaraní land of Paraguay. Its cultivation is being carried out in the community of Valencia in experimental plots, where climate limitation and crop development are studied. On a nutritional level, it has a range of essential amino acids such as lysine, threonine and valine; but especially high in methionine and cysteine high in micronutrients such as potassium, magnesium, iron and vitamin A and high in fiber. It has traditionally been taken as an infusion or after dissolving it as a drink called moringa yguá, but was later used in the preparation of moringa bread, madalena, moringa cookies, moringa cheese and dishes ranging from fruit juices to more elaborate meals. There are a lot of traditional recipes that include different parts of this plant and increasingly as it is an ingredient that is included in healthy cooking.

Keywords: plant species, food products, education.

Resumen: La *Moringa oleifera* Lam. es la especie más conocida y extendida de las 14 especies pertenecientes a la familia Moringaceae. El árbol de la Moringa es originario del sub-Himalaya, y del norte de India, Pakistán, Bangladesh y Afganistán, pero actualmente se puede encontrar en las regiones tropicales y subtropicales en todo el mundo llegando a la tierra guaraní de Paraguay. Su cultivo se está realizando en la comunidad de Valencia en parcelas experimentales, donde se estudia la limitación climática y el desarrollo del cultivo. A nivel nutricional, posee un abanico de aminoácidos esenciales como lisina, treonina y valina; pero especialmente alto en metionina y cisteína con elevado contenido en micronutrientes como potasio, magnesio, hierro y vitamina A y alto contenido en fibra. Tradicionalmente se ha tomado como infusión o después de disolverlo como bebida denominada yguá de Moringa, pero posteriormente se utilizó en la preparación de pan de moringa, madalena, galletas de moringa, queso de moringa y en platos que incluyen desde zumos de frutas a comidas mas elaboradas. Existen gran cantidad de recetas tradicionales en las que se incluyen diferentes partes de esta planta y cada vez mas al tratarse de un ingrediente que se incluye en la cocina saludable.

Palabras clave: especies vegetales, productos alimenticios, educación, elaboración.

Citar como: García España, L., Soriano, M.D., García Mares, F. (2021). La *Moringa oleifera*, tradición en la mesa y patrimonio alimentario. En *Actas del II Congreso Internacional sobre Patrimonio Alimentario y Museos*. 11-12 noviembre, 2020, Valencia, España. pp. 227-238.

1. Introducción

La necesidad de satisfacer las expectativas básicas en el diseño y desarrollo de nuevos productos alimenticios es muy importante para facilitar la seguridad alimentaria y nutricional, encontrando en la planta de moringa un gran aporte de proteínas y elementos nutritivos.

En el presente trabajo se estudió el desarrollo del cultivo de moringa en diferentes parcelas localizadas en la Comunidad Valenciana incluidas dentro de la Asociación Valenciana de agricultores de la moringa, realizando un estudio del desarrollo de la planta y las mejoras aplicadas a su cultivo considerando diferentes parámetros de mejora en su desarrollo.

Dado que se trata un suplemento alimenticio se estudia además su procesado y utilización en diferentes alimentos, sus ingredientes y consumo que favorecen el buen funcionamiento del organismo. El estudio se incluye dentro de un proyecto en el que participan la Universitat Politècnica de València y la Estación Experimental de la Caja Rural, así como empresas colaboradoras.

En una primera fase los objetivos del proyecto se basan en el estudio del desarrollo de la planta y en una segunda etapa, en el procesado del producto obtenido de hojas, semillas, etc. de la planta de moringa. A partir de sus productos pueden elaborarse pan, dulces, infusiones, etc., incluyendo de esta forma nuevos alimentos a las dietas que presentan un elevado contenido en proteínas.

2. Metodología

La *Moringa oleifera* se cultiva en toda España donde se localizan más de 30 ha, y en la provincia de Valencia unas 5 ha. Según la bibliografía consultada, en España las zonas aptas para el cultivo se concentran en la cuenca mediterránea y las Islas Canarias.

El estudio trata de la introducción del cultivo de una nueva especie, colaborando con la Asociación de productores de *Moringa oleifera*. Para delimitar el ámbito del cultivo óptimo en la provincia de Valencia, se han determinado las parcelas más aptas o limitantes para el cultivo, estudiando las condiciones climáticas de las zonas y las propiedades de los suelos. En cada parcela se describen los horizontes del suelo realizando el análisis químico y físico de los suelos (clasificación textural, CRA, pH, salinidad, carbonatos, materia orgánica, nitrógeno total, CIC, calcio, magnesio, potasio, sodio y porcentaje de saturación de bases) siguiendo los métodos establecidos por el MAPA, (1990). Finalmente, el estudio estadístico permitió establecer relaciones entre parámetros del cultivo y las parcelas de estudio.

En un posterior estudio se completará con el análisis de las variables más adecuadas para el secado de las muestras, y la transformación de las hojas y semillas de la planta para su incorporación en diversos alimentos.

3. Resultados

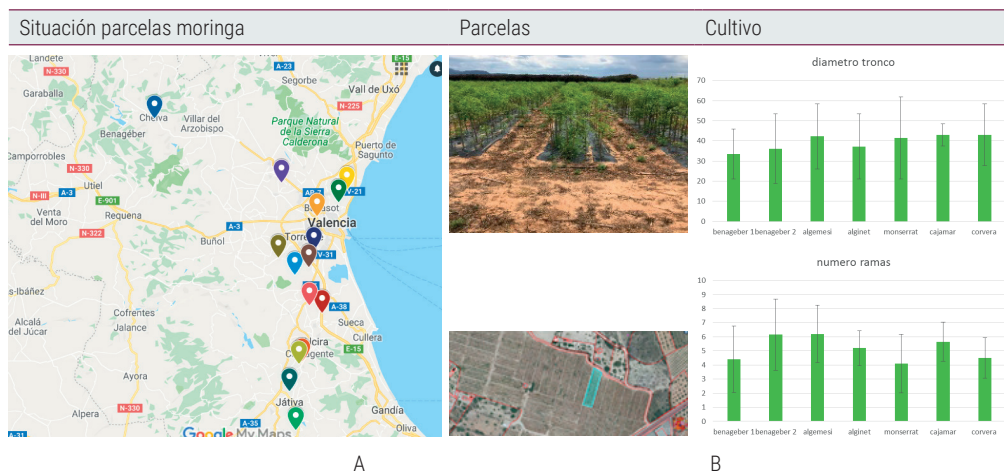
Desde el punto de vista ecológico la *Moringa oleifera* es una especie bastante flexible, puede desarrollarse en diferentes condiciones de temperatura, precipitación y suelo (Pérez et al., 2010). La altitud del cultivo puede variar según autores, pero básicamente sus altitudes máximas varían entre 1400 m (Parrota, 1993) hasta 1800 m (Pérez et al., 2003). No tiene limitación altitudinal mínima ya que puede desarrollarse perfectamente a nivel del mar. En general, es una especie muy

resistente a la sequía. Se cultiva en regiones áridas y semiáridas de África, India y oriente medio, con una precipitación mínima de 300 mm/anuales. En climas tropicales y subtropicales, resiste en la estación seca, por ello puede desarrollarse en lugares donde la precipitación anual va desde los 500 mm hasta los 1500 mm anuales.

Los requisitos de precipitación anual son de un mínimo de 300 mm a un máximo de 1700 mm anuales. En su hábitat natural, la temperatura media anual tiene grandes oscilaciones. Desde los -1 a 3 °C en los meses más fríos, tolerando heladas cortas y poco intensas, y resistiendo hasta los 38-48 °C en los meses más cálidos. Crece mejor a temperaturas entre 25-35 (40) °C (Parrota, 1993; Pérez, 2012).

Para conseguir una producción favorable de hojas y vainas, la *Moringa oleifera* necesita temperaturas diarias altas, entre a 25-30 °C, mientras que el crecimiento se frena por debajo de los 20 °C (Radovich, T. 2011). Con temperaturas menores de los 14 °C no florece ni germina, y sólo se puede reproducir por estacas (Pérez et al., 2010). La temperatura, es un factor que influye directamente en el crecimiento y productividad de la especie, al regular la velocidad de la respiración, directamente relacionada con la fotosíntesis. El crecimiento de la planta se ve favorecido a altas temperaturas y la planta tiene adaptaciones fisiológicas para las bajas temperaturas, lo que resulta fundamental para lograr la supervivencia de plantaciones de moringa en climas fríos (Muhl et al., 2011).

El estudio climático de las parcelas de estudio (Figura 1 A) revela que la temperatura negativa es un factor que influye en la viabilidad de la planta observando que las temperaturas de hasta -1 °C, originan la muerte de la parte aérea de la planta en un 95% de los casos, aumentando la mortalidad si se prolongan más en el tiempo. El rango de temperatura media diurna entre 12 °C y 15°C es el más favorable para iniciar la brotación y la floración.



Fuente: elaboración propia.

Figura 1. A Situación y aspecto de las parcelas de moringa. B Características del cultivo en las parcelas.


Las temperaturas máximas próximas a 35°C ocasionan el mayor desarrollo vegetativo, y por lo tanto mayor producción de hoja. En ningún caso se alcanzaron los 45 °C de temperatura

máxima que según la bibliografía consultada afecta al desarrollo vegetal, por lo que no se manifestaron efectos negativos por aumento de las temperaturas sobre los cultivos de las parcelas monitorizadas. Igualmente, la falta de agua, inferior a 800 mm en precipitaciones, no fue un factor limitante dado que el riego aportaba agua suficiente para su desarrollo.

Las parcelas de oleífera utilizadas en el estudio el clima está caracterizado por veranos calurosos e inviernos suaves. La precipitación aproximada es de 445 mm, siendo un clima templado con inviernos suaves y en general poca pluviometría con una temperatura promedio es de 17.4 °C.

Los suelos de las parcelas tienen buen drenaje y bajo contenido en materia orgánica. El crecimiento se favorece en suelos bien drenados, arenosos o franco-arenosos, donde el nivel freático permanece alto todo el año, dentro de la zona de mayor profundidad de sus raíces (Parrota, 1993; Saint & Broin, 2010). Muchos autores coinciden en que la moringa tolera suelos francos o franco arcillosos, pero no tanto los arcillosos (Foild et al., 1999).

Tabla 1. Ejemplo de descripción morfológica en las parcelas.

CARACTERÍSTICAS MACROMORFOLÓGICAS DEL SUELO		
Localidad: Monserrat Situación bancales Exposición: N. Altitud: 10 m. Posición fisiográfica: Antigua terraza. Topografía: Llano (1%). Pendiente: 2%. Vegetación o uso: Cultivo moringa Material original: Coluvial y calizas Drenaje: Bien drenado (clase 1). Condiciones de humedad campo. Profundidad de la capa freática: Desconocida. Pedregosidad: Pedregoso (10%). Frecuentes gravas y piedras en superficie. Erosión hídrica: Intensa erosión laminar. Influencia humana: Antropización. Clima: Secosubhúmedo. Uso: Agrícola. Clasificación: Luvisol cálcico (LVc).		
Horizonte	Profundidad (cm)	Descripción morfológica
Ap	0-17 (variable)	Color gris muy oscuro (5 YR 3/1) en seco. Textura franca. Estructura fina, granular. No adherente, no plástico, friable. Abundantes poros finos, discontinuos, caóticos y tubulares. Escasos fragmentos rocosos (4%) de tamaño grava, angulosos y redondeados, no alterados de naturaleza caliza. Calcáreo. Sin rasgos humanos. Elevada actividad biológica. Abundantes raíces finas y medianas, raíces gruesas de los pinos. Límite gradual y ondulado.
Btk	17-25	Color pardo oscuro (7,5YR 4/4) en seco. Textura franco-arcillosa. Estructura en bloques angulares. Ligeramente adherente, ligeramente plástico, friable. Frecuentes poros finos, discontinuos, caóticos y tubulares. Abundantes fragmentos rocosos (8%) de tamaño grava, angulosos y redondeados, no alterados de naturaleza caliza. Calcáreo. Sin rasgos humanos. Baja actividad biológica. Escasas raíces finas. Límite gradual e irregular.
C	+25	Calizas y Margas.

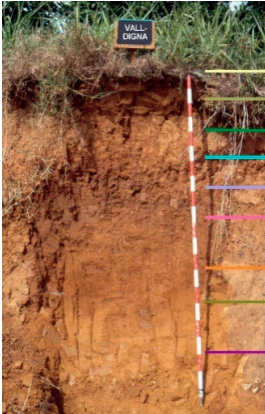
Fuente: elaboración propia.

Nuestros suelos presentan valores de pH de neutros a ligeramente alcalinos, aunque se adapta a suelos desde ácidos hasta alcalinos, con un rango de pH entre 4,5 y 9,0. Los mejores resultados se han obtenido en suelos de pH neutro o ligeramente ácidos (Alfaro, 2008; Parrota, 1993).

En la Tabla 1 se muestra un suelo como ejemplo de las características de la zona y del terreno (situación, exposición, coordenadas, altitud, topografía, pendiente, uso del suelo, drenaje, profundidad de la capa freática, pedregosidad, erosión hídrica, afloramientos rocosos) y su clasificación.

Los suelos corresponden a calcisoles y luvisoles con bajo contenido en materia orgánica, conductividad eléctrica baja y valores moderados de la CIC, siendo en general suelos aptos para su desarrollo (Tabla 2).

Tabla 2. Propiedades del horizonte superficial Ap de la parcela de Monserrat.

HORIZONTE	Ap	Perfil de suelo
Clasificación textural	Franco arcilloso	
Capacidad de retención de agua (%)	12,5	
pH (saturación agua)	8,0	
pH (saturación KCl)	7,9	
Salinidad (dS/m)	0,08	
Carbonatos totales (%)	32,0	
Materia orgánica (%)	1,3	
Nitrógeno total (%)	0,08	
Capacidad de intercambio catiónico (cmolc/kg)	16,5	
Calcio (cmolc/kg)	15,2	
Magnesio (cmolc/kg)	1,2	
Potasio (cmolc/kg)	0,1	
Sodio (cmolc/kg)	0,1	
Porcentaje saturación en bases	100	

Fuente: elaboración propia.



Se valoran datos del marco de plantación, año de siembra, procedencia de plánton o semilla, dosis riego, abonado, forma de secado y plagas, con el fin de tener más información sobre la plantación.

La comparación de parámetros muestra medias de los diámetros del tronco 33-43,1 cm en las parcelas con una desviación estándar elevada, excepto en parcelas donde el marco de plantación es muy denso, lo que influyó en la mortalidad de la población. Respecto al número de ramas mayor fue en Algemesí y menor en las parcelas de Montserrat. En cuanto a las ramas cortadas para la recolección, se realizaron 2 cortes de media, siendo en la parcela de Montserrat el número más bajo, mientras que Benagéber y Algemesí los más altos.

El marco de plantación más denso es el de Montserrat, siendo el más amplio el de Meliana y el de Paiporta, ninguno usa abonado y el riego se realiza tanto por inundación como localizado. El resultado del anova indica una relación estadísticamente significativa entre la "temperatura media" y las variables de "longitud y número de brotes" indicando relaciones directas entre ambas.

Se trata de un cultivo emergente donde prácticamente todas las partes de la planta tienen algún uso, ya sea para alimentación ganadera, como humana o también para usos industriales (Tabla 3).

Tabla 3. Aprovechamiento de la planta de moringa.

Parte de la planta		Uso
Hojas		Combustible, forraje, fibras, alimentación, fertilizantes
Raíz		Alimentación, medicinal
Semilla		Harina, cosméticos, aceite, insecticida, combustible
Corteza		Tintes, medicinal
Brotos		Forraje

Fuente: elaboración propia.

Entre los beneficios de la planta de moringa se citan el efecto digestivo y aumento de las defensas mejorando el sistema inmunológico. Controla el colesterol, regulando el funcionamiento del hígado y riñón. Es antioxidante. Mejora la circulación siendo además un fuerte antiinflamatorio y contiene todos los aminoácidos esenciales, y además controla los niveles de azúcar en sangre (Anwar et al., 2007). En el año 2019, se realizó una jornada dedicada a la divulgación del proyecto en la que se mostraron diferentes partes de la planta obtenidas en las parcelas

de estudio, así como la elaboración productos alimenticios como pan y madalenas realizadas por el grupo de trabajo de la Universidad Politécnica y entidades colaboradoras realizando una exposición sobre las partes útiles de la planta para la alimentación y los productos preparados (Figura 2).



Fuente: elaboración propia.

Figura 2. Alimentos con moringa.

4. Conclusiones

El estudio realizado ha permitido localizar las parcelas mas viables para el desarrollo óptimo de la planta de moringa, así como las características de los suelos que favorecen el desarrollo vegetal.

Los valores de temperatura mínima son los mas limitantes para el desarrollo vegetal, igualmente se ha obtenido una relación entre los valores de temperatura media y las variables longitud y número de brotes de la planta.

Bibliografía

- Anwar, F., Latif, S., Ashraf, M., Gilani, A.H. (2007). *Moringa oleifera*: A Food Plant with Multiple Medicinal Uses. *Phytotherapy Research*, 21, 17-25.
- Foidl, N., Makkar, H.p.s., Becker, K. (2001). The potential of *Moringa oleifera* for agricultural and industrial uses. Recurso online: Fecha de consulta: 14 de mayo de 2019.
- MAPA, 1990. *Análisis de suelos*. Madrid 212 p.
- Muhl, Q.E.; Du Toit, E., Robbertse, P.J. (2011). Adaptability of *Moringa oleifera* Lam. (Horseradish) tree seedlings to three temperature regimes. *American Journal of Plant Sciences*, 2011(2): 776-780
- Olson, M.E., Fahey, J.W. (2011). *Moringa oleifera*: un árbol multiusos para las zonas tropicales secas. *Revista mexicana de biodiversidad*. 82(4):1071-1082.
- Parrota, J.A. (1993). *Moringa Oleifera* Lam. Reseda, horseradish tree. Res. Note SO-ITF-SM-61, South. For. Res. Sta, For. Serv., U.S. Dep. Agric.
- Pérez, A., Sánchez, T., Armengol, N., Reyes, F. (2010). Características y potencialidades de *Moringa oleifera* Lamark. Una alternativa para la alimentación animal. *Pastos y forrajes*, 33(4): 16 p.
- Pérez, C. (2012). Trabajo de Fin de Carrera: *Moringa oleifera* Lam., especie forestal de usos múltiples. Revisión bibliográfica. E.U.I.T. Forestal (U.P.M.) Madrid.

Radovich, T. (2011). Farm and forestry production and marketing profile for moringa (*Moringa oleifera*). In: Elevitch, C.R. (ed.). *Specialty Crops for Pacific Island Agroforestry. Permanent Agriculture Resources (PAR)*, Holualoa, Hawaii.

SIAR-IVIA (sistema de información agroclimática para el regadío-ivia). (2020) <http://riegos.ivia.es/datos-meteorologicos>.

SOPA DE GANSO. HUMOR EN LAS AULAS

Laura García España^{a1}, María Desamparados Soriano^b, Vicente Pons^{a2}

^aDepartamento de Biología Vegetal. Universitat de València, España.

^{a1}laugars2@alumni.uv.es, ^{a2} vicente.pons@uv.es

^bDepartamento de Producción Vegetal. Universitat Politècnica de València, España. asoriano@prv.upv.es

Abstract: The expression goose soup has a meaning that indicates something simple to realize, with the double meaning of this expression a humorous activity was developed for students in the classrooms based on cooking and didactics. The activity is carried out in the agronomy degree within the framework of different subjects and consists in evaluating the knowledge and capacity of the student to develop culinary recipes with traditional ingredients, but knowing the agronomic characteristics of all of them. An example could be the melon dish with ham where the student had to make one token per ingredient. In this case with respect to melon, type, variety, vegetative period, growing areas, soil type, development, etc. and with respect to ham: ham types, provenance, years of curing, etc., se also includes the way to make the dish. The student makes the corresponding tabs that he presents as a task to be evaluated in his grades. The proposal had great acceptance by students being raised the percentage of students who value as very positive the questions asked in the final survey.

Keywords: food products, product sheets, processing, training.

Resumen: La expresión sopa de ganso tiene un significado que indica algo sencillo de realizar, con el doble sentido de esta expresión se elaboró una actividad de humor para los alumnos en las aulas basada en cocina y didáctica. La actividad se realiza en la titulación de Agronomía en el marco de distintas asignaturas y consiste en evaluar los conocimientos y la capacidad del alumno de elaborar recetas culinarias con ingredientes tradiciones, pero conociendo las características agronómicas de todos ellos. Un ejemplo podría ser el plato de melón con jamón donde el alumno debía elaborar una ficha por ingrediente. En este caso con respecto al melón, tipo, variedad, periodo vegetativo, zonas de cultivo, tipo de suelo, desarrollo, etc y respecto al jamón: tipos de jamón, procedencia, años de curado, etc., se incluye también la forma de elaborar el plato. El alumno realiza las fichas correspondientes que presenta como tarea a valorar en sus calificaciones. La propuesta tuvo gran aceptación por el alumnado siendo elevado el porcentaje de alumnos que valorar como muy positivas las preguntas realizadas en la encuesta final.

Palabras clave: productos alimenticios, fichas de productos, elaboración, formación.

Citar como: García España, L., Soriano, M.D., Pons, V. (2021). Sopa de Ganso. Humor en las aulas. En *Actas del II Congreso Internacional sobre Patrimonio Alimentario y Museos*. 11-12 noviembre, 2020, Valencia, España. pp. 235-244.

1. Introducción

El desarrollo de materiales para la mejora docente en diferentes áreas de la ciencia a través de la utilización de distintas actividades y elementos visuales ha sido frecuente en las últimas décadas, siendo la gamificación atractiva al alumnado y facilita el aprendizaje de estos conceptos. La preparación de actividades, fichas, y competencias supone una microgamificación que fomenta el aprendizaje significativo y que tiene múltiples ventajas como desarrollar el pensamiento crítico y las habilidades y facilita el trabajo en equipo, favoreciendo el pensamiento deductivo y constructivo (Prieto, 2020).

Los resultados de estas experiencias docentes universitarias en gamificación son en general muy positivas. El juego denominado *Sopa de ganso*, diseñado para el aula favoreció la atención del alumnado, potenciando un autoaprendizaje dinámico en el aula.




2. Metodología

Se han diseñado varios recursos relacionados con las recetas de cocina entre los que se encuentran unas fichas para la descripción de los alimentos vegetales utilizados, y otra similar para los alimentos de origen animal, acompañado de otras actividades como sopa de letras, bolígrafos de tinta invisible, etc, estrategias de gamificación para aumentar el interés en el aprendizaje.

Al estudiante se le presentan unos ingredientes con los que tiene que preparar una receta de cocina que será distinta para cada alumno o grupo, a partir de este momento, debe de averiguar las características de los alimentos que plasmará en unas fichas tipo. En primer lugar, el alumno elaborará las fichas. Con estos datos y con información teórica podrá rellenar la sopa de letras y cuando lo consiga obtendrá la clave para abrir la caja correspondiente, donde se encuentra información sobre otras características de los alimentos. Finalizada esta fase escribirá y elaborará si procede la receta de cocina preparando un video de la elaboración de la misma.

3. Resultados

En primer lugar, se facilita al alumno un conjunto de ingredientes en una caja con productos de origen vegetal y otra con productos de origen animal (Figura 1). Para la realización de la actividad se facilitan fichas para que los alumnos describan cada uno de los alimentos utilizados.

<p>ALIMENTOS</p>  <p>ALIMENTOS ORIGEN ANIMAL</p>	 <p>ALIMENTOS ORIGEN ANIMAL</p>	 <p>FRUTAS Y OTROS</p>
<p>CARACTERÍSTICAS</p>	<p>CARACTERÍSTICAS</p>	<p>CARACTERÍSTICAS</p>

Fuente: elaboración propia.

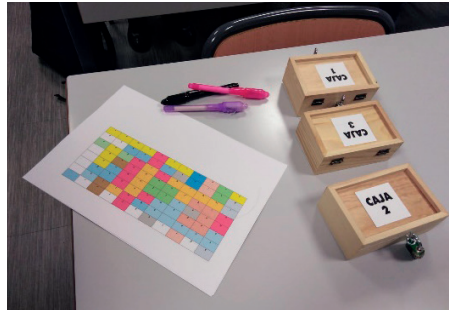
Figura 1. Alimentos con los que el alumno debe trabajar.

Tabla 1. Ejemplo de ficha de los alimentos. Ejemplo sobre el jamón.

Denominaciones de jamón ibérico	Denomina a la raza de cerdo ibérico animal autóctono de la península”, Pérez especifica que los jamones ibéricos, en comparación con los jamones de pata blanca, “son jamones mucho más estilizados, más alargados, y de caña más fina. Según el porcentaje de raza ibérica, podemos hablar de mayor o menor cantidad de grasa superficial y, sobre todo, su valor nutricional y su calidad en carne”.			
	<p>D.O.P. Guijuelo: origen Salamanca, y comarcas de Castilla y León, Castilla-La Mancha, Extremadura y Andalucía. Alimentación: bellotas. En esta D.O. aumenta el tiempo en secaderos, en zonas elevadas, requieren menos sal y se caracterizan por su sabor.</p>	<p>D.O.P. Los Pedroches: jamones ibéricos de bellota en la Reserva de la Biosfera de las Dehesas de Sierra Morena, (UNESCO, 2002). Se crían entre encinas, alcornoques y quejigos, además de bellotas con pastos.</p>	<p>D.O.P. Jabugo: nombre registrado por la Unión Europea, en el Parque Natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche, (UNESCO, 2002). Dehesas de gran biodiversidad (Badajoz, Cáceres, Cádiz, Córdoba, Málaga, Sevilla y Huelva). Certificados por la AICA (Agencia de Información y Control Alimentarios).</p>	<p>D.O.P. Dehesa de Extremadura: entre 2 y 6 hectáreas de dehesa por cerdo y 12 y 15 kg de bellota para engordarse un kilo. Se favorece la transformación de los ácidos grasos que aportan la bellota y los antioxidantes de la hierba.</p>
Denominaciones de jamón blanco	El jamón blanco procede de cerdos rechonchos, con una alimentación más intensiva, y una superficie de grasa pequeña. Precios económicos. Con dos Indicaciones Geográficas Protegidas (I.G.P.) y una D.O.P.			
Adiola, (2012)	<p>I.G.P. Serón (Almería): jamones elaborados en Serón con cerdos blancos alimentados con piensos. Con más de 20 meses de curación, con un sabor dulce.</p>	<p>I.G.P. Trevélez (Granada): premiado en 1862. Su elaboración en la Alpujarra granadina con cerdos de las razas Landrace, Large-White y Duroc-Jersey o de sus cruces. La alimentación con piensos vegetales y la climatología producen un jamón con bajo contenido en sal, bastante aromático con catorce meses de curación con grasa infiltrada, untuosa y brillante.</p>	<p>D.O.P. Teruel: con pienso menos sabroso pero más suave de sabor con 18 meses de curación. La grasa infiltrada, es más sabrosa.</p>	

Fuente: elaboración propia.

Para diseñar la segunda actividad se elaboró una sopa de letras compuesta por las palabras de los alimentos que se colocaron en ambas cajas y que el alumno debe de completar, una vez solucionada la sopa de letras, el alumno dispondrá de un bolígrafo mágico de luz ultravioleta para poder leer las claves necesarias para abrir las cajas, en las que se aportará la receta que el alumno debe realizar (Figura 2).



Fuente: elaboración propia.

Figura 2. Material para realizar la actividad. Sopa de letras diseñada para el juego educativo, bolígrafos y cajas con candado.

Las cajas se abren utilizando las claves de la sopa de letras utilizando candados numéricos que se configuraron para la prueba. Se abren las cajas donde se encuentran las recetas a realizar. De esta manera, los alumnos a través del itinerario propuesto en clase resolvieran el reto que les llevará a la apertura de la caja correspondiente.

Los alumnos parten de un conocimiento previo de los temas impartidos en clase y a través del juego completan las fichas llegando a la receta al abrir las cajas.

3.1. Final de la prueba y equipo ganador

En la última fase se prepararon unas preguntas sobre los alimentos que se montaron en una hoja Excel autocorrectiva (Figura 3), de manera que al responderla el programa indique si la respuesta es o no correcta. El alumno podrá consultar los materiales de la asignatura, y al incorporar la respuesta el programa indica si la respuesta es correcta. Con todo ello podrá superar la fase final.

		jamones							
GRUPO:									
		MUESTRA 1	MUESTRA 2	MUESTRA 3	MUESTRA 4				
	COLOR								
	TEXTURA								
	GRASA								
	COLESTEROL								
						La combinación de la caja nº	es		

Fuente: elaboración propia.

Figura 3. Diseño excel conteniendo las cuestiones autocorrectivas.

4. Resultados

El alumno responderá las preguntas para poder superar el reto. Para ayudar a resolverlas se le darán pistas y podrá utilizar material didáctico, videos de apuntes, página web, cómics, en los apuntes o en la bibliografía de la asignatura.

Metodológicamente se pueden poner una o varias cajas con sus correspondientes candados donde encontrará mayor número de pistas en función de la dificultad de la prueba. De esta forma, hemos conseguido con este sencillo diseño que el alumnado viera la actividad como muy interesante y atractiva, ya que se trataba de superar retos para pasar a la siguiente prueba, y los elementos como las cajas y los candados favorecían una implicación del alumnado mucho más intensa que si la actividad la hubiéramos realizado con otros elementos en el juego (Negree, 2017; Corchuelo, 2018; Moreno, 2019).

Los resultados obtenidos en la experiencia desarrollada y con la finalidad de observar el grado de aprendizaje y su mejora por parte de los alumnos, tras su realización y contestación a una encuesta de preguntas cerradas analizando los siguientes parámetros.

Son propuestas adecuadas para asignaturas con un gran número de alumnos, y en la situación actual sanitaria tiene la ventaja de poder realizarse totalmente de forma virtual.

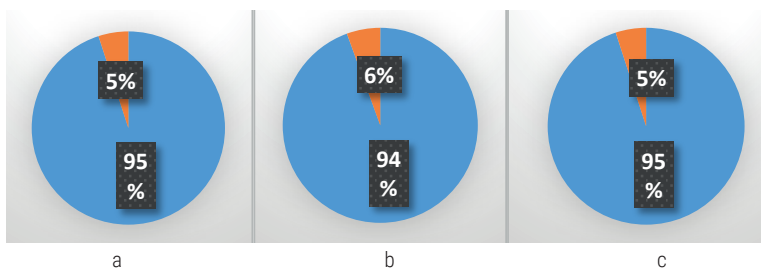
La utilización de recursos visuales y audiovisuales en el aprendizaje resulta una herramienta fundamental para el diseño de los casos, insertándolos en un entorno divertido y práctico.

La realización de la actividad se lleva a cabo on line, durante una sesión de aproximadamente una hora, con un total de 100 alumnos distribuidos en las asignaturas mencionadas.

Se les formularon las siguientes cuestiones, cerradas, a las que debían contestar si/no, en función de las preguntas formuladas:

1. Atractivo de la actividad
2. Actividad fijación de conceptos
3. Recomendarías la actividad

La figura 4, muestra los resultados obtenidos en la encuesta respecto a la pregunta *Atractivo de la actividad*, donde se observa que el 95% de los alumnos. indican la actividad atractiva (Figura 4a).



Fuente: elaboración propia.

Figura 4. Resultado de la encuesta sobre la pregunta a) atractivo de la actividad, b) aprendizaje de conceptos c) recomendarías la asignatura N = 100.

La encuesta pregunta en segundo lugar a los alumnos sobre el atractivo de la actividad (Figura 4b) obteniendo que el 94% de los alumnos opinan que se trata de una actividad recomendable (Figura 4c).

Los alumnos consideraron que es una actividad interesante que permite reflexionar sobre conocimientos básicos y ampliarlos de una forma divertida, aprendizaje mediante la diversión con amplia aceptación del alumnado y extrapolable a otras asignaturas.

5. Conclusiones

La utilización de este tipo de actividades en la docencia incrementa la participación del alumnado en el aula, y es una herramienta de gamificación para la dinamización de una asignatura. Supone una fórmula idónea para motivar al alumnado, ya que se involucra en un juego que incluye un componente lúdico poco frecuente en las actividades que se realizan en el aula (Moreno et. al., 2019).

Los resultados obtenidos en la actividad realizada han sido muy positivos, y los alumnos han tenido una percepción de la actividad de aprendizaje, más divertida y amena, ya que cualquier actividad de gamificación supone un aliciente en el estudio de distintos conceptos.

Bibliografía

- Badiola, I., Marcos, D. 2012. *La guía del jamón curado español*. Espasa Calpe SA.
- Corchuelo, C.A. (2018). Gamificación en educación superior: experiencia innovadora para motivar estudiantes y dinamizar contenidos en el aula, *EduTec. Revista Electrónica de Tecnología Educativa*, 63, 29-41. <https://doi.org/10.21556/edutec.2018.63.927> [Consulta: 05 de junio de 2020].
- Moreno, E. (2019). El breakoutedu como herramienta clave para la gamificación en la formación inicial de maestros/as», *EduTec. Revista Electrónica de Tecnología Educativa*, 67, 66-79. <https://www.edutec.es/revista/index.php/edutec-e/article/view/1247/665> [Consulta: 05 de marzo de 2020].
- Negree, C. (2017). BreakoutEdu, Microgamificación y aprendizaje significativo. <https://www.educaweb.com/noticia/2017/07/26/breakoutedu-microgamificacion-aprendizaje-significativo-15068/> [Consulta: 21 de julio de 2020].
- Prieto, J.M. (2020). Una revisión sistemática sobre gamificación, motivación y aprendizaje en universitarios, *Teoría de la educación*, 32, 1, 2020, 73-199. <https://revistas.usal.es/index.php/1130-743/article/view/teri.20625/21290> [Consulta: 17 de septiembre de 2020].

CHUCULA: PRODUCTO TRADICIONAL CAMPESINO CON CACAO Y GRANOS DE CEREALES Y LEGUMINOSAS ENRIQUECIDO EN PROTEÍNAS CON HARINA DE GRILLO

Diana Vernot^{a1}, Luz Indira Sotelo Diaz^{a2}, Purificación García Segovia^b, Bibiana Ramírez Pulido^c, Annamaria Filomena Ambrosio^{a3}

^aUniversidad de La Sabana, Escuela internacional de Ciencias Económicas y Administrativas, Grupo de investigación Alimentación, Gestión de Procesos y Servicio, Chía. Colombia.

^{a1}diana.vernot@unisabana.edu.co, ^{a2}indira.sotelo@unisabana.edu.co, ^{a3}anna.filomena@unisabana.edu.co

^bUniversitat Politècnica de València, Departamento de Tecnología de Alimentos, Grupo de Investigación e Innovación Alimentaria. España. pugarse@tal.upv.es

^cUniversidad de La Sabana, Chía. Colombia. bibiana.ramirez@unisabana.edu.co

Abstract: Chucula is a hot drink whose preparation is determined by the region where people prepare it. In Colombia, especially in the Andean region, the base of this beverage is maize flour (*Zea mays*) and ground cacao (*Theobroma cacao*), to which people add different types of cereals and legumes (depending on the region). This drink, which has a written record since the 17th century, responds to two aspects: 1) the environmental and commercial context and, 2) what the inhabitants consider as edible from those contexts (can change due to political and socio-economic aspects). The functional characteristics of this beverage are its fiber and antioxidant contents, particularly polyphenols and flavonols. To create a chucula that takes tradition and innovation, we have added an alternative protein source such as cricket flour. This addition can revalue food, contribute to food security and develop healthy and sustainable food. The latter because insects' industrial production (compared to that of animal meat) emits 85 times fewer greenhouse gases and needs 22,000 liters less of water.

Keywords: chucula, cricket flour, insects, Sabana Centro, food security, protein, sustainability.

Resumen: La chucula es una bebida cuya preparación varía dependiendo de la región donde se produzca. En Colombia, sobre todo en la región Andina la base de esta es harina de maíz (*Zea mays*) y cacao (*Theobroma cacao*) molido, a la que se le añade otros cereales y leguminosas dependiendo de la zona. La elaboración de esta bebida, de la cual se tiene registro desde siglo XVII, está sujeta a dos aspectos: 1) el contexto ambiental y comercial y 2) qué consideran los habitantes como comestible en esos contextos (puede cambiar por aspectos políticos y/o socioeconómicos). Esta bebida caliente cuenta con características funcionales otorgadas por el contenido de fibra y antioxidantes, particularmente polifenoles y flavonoles. Además, entre la tradición y la innovación a este producto se le ha incorporado fuentes proteicas alternativas como la harina de grillo. Esto puede contribuir a revalorizar el patrimonio alimentario, con aporte a la seguridad alimentaria e impacto en el desarrollo de alimentos saludables y sostenibles, debido a que la producción industrial de insectos (comparada con la de carne animal) emite 85 veces menos cantidad de gases de efecto invernadero y necesita 22.000 litros menos de agua.

Palabras clave: chucula, harina de grillo, insectos, Sabana Centro, seguridad alimentaria, proteína, sostenibilidad.

Citar como: Vernot, D., Sotelo Diaz, L.I., García Segovia, P., Ramírez Pulido, B., Filomena Ambrosio, A.M. (2021). Chucula: producto tradicional campesino con cacao y granos de cereales y leguminosas enriquecido en proteínas con harina de grillo. En *Actas del II Congreso Internacional sobre Patrimonio Alimentario y Museos*. 11-12 noviembre, 2020, Valencia, España. pp. 241-256.

1. Introducción

La *chucula* es la forma más tradicional de consumir el chocolate en la Región Andina de Colombia (Sánchez y Sánchez, 2014). Esta combinación de cacao con cereales y leguminosas está orientada a brindar un alimento alto en carbohidratos. En los pueblos de Cundinamarca se ofrece chucula de tres granos, de cuatro, de cinco, de seis, y en la actualidad hasta de siete o más. Esto depende de dos aspectos: 1) el contexto ambiental y/o comercial y 2) qué consideran los habitantes como comestible de ese contexto (puede cambiar por aspectos políticos y/o socioeconómicos). Al igual que el chocolate, la chucula se prepara en leche o agua-leche, y se acompaña con pan (especialmente mogolla), colaciones y queso (Sánchez y Sánchez, 2014).

En la zona central de la Región Andina, se encuentra Cundinamarca (es uno de los 32 departamentos del país). Este departamento se caracteriza por sus idóneas condiciones ambientales que favorecen la actividad agrícola y, por lo tanto, lo convierten en una fuente sostenible de abastecimiento para el país (Cámara de Comercio de Bogotá, 2008). Dentro de sus quince provincias se encuentra Sabana Centro, la cual abarca los municipios de Sopó, Tabio, Tenjo, Tocancipá, Zipaquirá, Cajicá, Chía, Cogua, Cota, Gachancipá y Nemocón. Esta provincia cuenta con dos páramos (Guerrero y Caragua), y una parte de la cuenca alta del río Bogotá, ofreciendo así un gran recurso hídrico para la zona, que además de su diversidad geográfica, climática y biótica, le permiten ser una zona altamente productiva. Así pues, en este territorio se cultiva una gran variedad de verduras y hortalizas de tierra fría, también se encuentran diversos tipos de frutas entre las cuales predominan la mora (*Rubus glucus* Benth), lulo (*Solanum quitoense*), mango (*Mangifera indica*), entre otras tantas. Adicionalmente, se producen hierbas como albahaca (*Ocimum basilicum*) y romero (*Salvia rosmarinus*), distintos tipos de cereales y leguminosas como maíz (*Zea mays*), arveja (*Pisum sativum*), frijol (*Phaseolus vulgaris*), como los más representativos (Sabana Centro Cómo Vamos, 2016).

En esta provincia, se ha vivido una transformación de las actividades económicas, por lo que el uso del suelo ha cambiado a lo largo de los años. Entre 2007 y 2013 la cantidad de hectáreas cultivadas en esta zona se redujo en un 36% por construcción de vivienda (Sabana Centro Cómo Vamos, 2016). Esto supone una pérdida de espacio para producir alimentos, que, a largo plazo puede tener repercusiones negativas para mantener las políticas de seguridad alimentaria. Es decir, la disminución de cultivos afecta las dimensiones que se tienen en cuenta cuando se habla de esta categoría: el acceso tanto económico como físico a los alimentos y, la utilización de los mismos en términos del uso biológico. Estos tres aspectos deben ser estables en el tiempo para reducir patrones de la inseguridad alimentaria (UNFAO, 2011).

Según reportes del IDEAM (2017), estudios evidencian que Cundinamarca se verá afectada por el calentamiento global gravemente para el año 2040. Este aspecto repercutirá en la seguridad alimentaria de la región no solo por el cambio de uso de los suelos, sino también por la presión mundial que causa el sector agrícola y ganadero (como la pérdida de biodiversidad y de emisiones de gases de efecto invernadero). Así, en busca de alternativas medioambientalmente más sostenibles se han encontrado fuentes alternativas de proteína no tradicional como los insectos (FAO, 2013). Desde el 2013 la ONU ha venido apoyando el consumo de insectos como una fuente de proteína más eficiente en el uso de los recursos naturales.

En Cundinamarca, especialmente en regiones con climas cálidos, se encuentra la especie de grillo *G. sigillatus*, con el que hoy se está produciendo harina. El contenido proteico de esta especie está entre el 60 al 70% p/p (Zielińska et al., 2015). Es por esto, que incorporar esta materia prima dentro de formulaciones alimentarias dulces y saladas puede incrementar el contenido proteico de estas preparaciones.

Dentro del patrimonio alimentario de Cundinamarca se resalta la *chucula*, bebida cuya preparación varía dependiendo de la región donde se produzca. En esta región de Colombia, la base es harina de maíz (*Zea mays*) y cacao (*Theobroma cacao*) molido, cuyos cultivos se remontan a la época precolombina. A esta preparación se le añaden otros cereales y leguminosas que fueron traídos por los españoles durante la conquista y fueron extendidos durante la colonia (Rojas de Perdomo, 2014); a esto se le ha denominado el Mestizaje culinario. En otras palabras, esta molienda de maíz y cacao que incorporaba otros productos endémicos, se le empezó añadir leguminosas como el frijol, la arveja y/o lenteja y cereales como el trigo y/o la cebada (Sánchez y Sánchez, 2014).

Para obtener *chucula*, el cacao y los granos se tuestan entre 120 a 150 °C y se muelen. A esta mezcla se le añade la harina de maíz y la panela fundida para formar masas redondas (1 a 4 cm de diámetro). En el departamento de Cundinamarca la *chucula* generalmente lleva trigo (*Triticum*), garbanzos (*Cicer arietinum*) y panela, entre otras leguminosas.

La *chucula* siempre ha sido una bebida popular en la región, sin embargo, como argumenta Martínez Carreño (2014), con la llegada de fábricas como *Chocolate Chaves* en 1877 (que producía chocolate de mesa), esta pasó a ser considerada una bebida para personas de bajos recursos económicos. A pesar de la popularidad que fue adquiriendo el chocolate de mesa, no se eliminó la ingesta de *chucula* en comunidades campesinas, donde también se le llama gamuza de chocolate (Martínez Carreño, 2014). A nivel nutricional es un alimento con características funcionales otorgadas por el contenido de fibra y antioxidantes, particularmente por los polifenoles y flavonoles (Navarro, 2015).

Para el desarrollo de productos alimenticios, con un aporte nutricional integral, constituye un reto incorporar materias primas con cantidades significativas de proteína y otros macrocomponentes, que, además, contribuyan junto con los cultivos de una región a mejorar las estrategias de alimentación en la población. De esta manera, con el fin de revalorizar el patrimonio alimentario de Cundinamarca, aportar a la seguridad alimentaria de la provincia Sabana Centro, e impactar en el desarrollo de alimentos saludables y sostenibles, a la *chucula* en esta investigación interdisciplinar se le ha incorporado harina de grillo (*G. sigillatus*) como fuente proteica no tradicional.

2. Objetivo

Incorporar harina de grillo (*G. sigillatus*) a la *chucula*, producto tradicional campesino, elaborado con cacao, granos de cereales y leguminosas, sin afectar las cualidades sensoriales propias de este producto tradicional.

3. Desarrollo de la innovación

Para producir 1 kg de proteína, los insectos emiten 85 veces menos cantidad de gases efecto invernadero, necesitan 22.000 litros menos de agua y 10 veces menos espacio respecto a la carne de res (Oonincx et al., 2010). Por lo tanto, desarrollar alimentos que incorporen fuentes proteicas obtenidas a partir de insectos comestibles es una estrategia innovadora y sostenible desde el punto de vista nutricional y de seguridad alimentaria (Alemu, et al., 2017).

Al utilizar harina de grillo en preparaciones gastronómicas de la región, (en este caso *chucula* como mezcla para obtener una bebida caliente) es posible incrementar el valor agregado desde el punto de vista nutricional. De esta manera, se pretende desarrollar un producto que conserve el patrimonio alimentario de Cundinamarca, y que al mismo tiempo brinde fuentes proteicas alternativas. Por ello, incorporar harina de grillo (*G. sigillatus*) a productos aceptados culturalmente es una forma de contribuir a incrementar su ingesta (Menozzi, 2017).

Por lo anterior, es importante caracterizar las principales propiedades de la harina de grillo (*G. sigillatus*) que contribuyan a obtener una preparación estandarizada de la *chucula*. Además, se deben realizar estudios de mercado que evalúen el consumo de insectos y la viabilidad de los productos alimenticios que incorporen esta harina como fuente alternativa de proteína en el mercado colombiano.

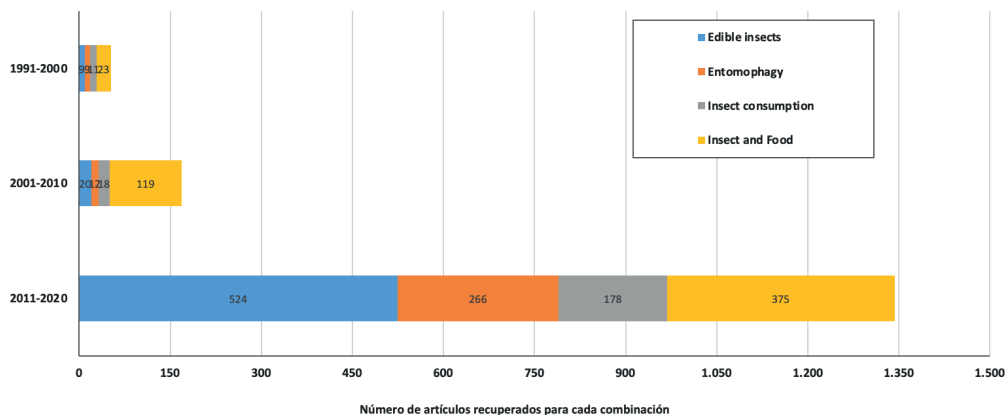
4. Resultados

4.1. Análisis de oportunidad de mercado, harina de grillo como fuente alternativa de proteína

Desde 1975 ya se veía como alternativa la ingesta de insectos para alivianar la escasez de alimentos en el mundo (Meijer-Rochow, 1975). No obstante, en la segunda década de los 2000 se ha incrementado el número de publicaciones con relación al aprovechamiento de insectos como alternativa sostenible y nutricional para los seres humanos (ver Figura 1).

La relevancia del tema en la actualidad se sustenta desde el incremento de la población mundial y la presión al sector agrícola y ganadero en cuanto a la demanda de alimentos. De acuerdo con UNFAO (2009), la producción global de alimentos debe aumentar en un 70% para lograr alimentar a las más de 9 mil millones de personas en el año 2050. Por otra parte, este incremento poblacional llevará consigo un aumento del 72% en la demanda de fuentes de proteína animal (Wu et al., 2014). Este aumento plantea serias preocupaciones sobre la sostenibilidad y los impactos ambientales que traería consigo una expansión de la ganadería convencional ya que actualmente representa la principal fuente de emisiones de gases de efecto invernadero y deforestación en el planeta (Clune et al., 2017).

La práctica de consumir insectos se denomina entomofagia, del griego *éntomon*: insecto, y *phagein*: comer. Se estima que hay más de 2000 especies de insectos que hacen parte de la dieta de más de 2.000 millones de personas en 113 países (UNFAO, 2013). Los insectos más consumidos a nivel mundial son los escarabajos (Coleóptera 31%), larvas de lepidópteros (Lepidóptera: 18%), hormigas, avispas y abejas (Himenóptera: 14%) y grillos - saltamontes (Ortóptera 13%). Su consumo se centra en países de Asia, África y Centroamérica siendo México, Tailandia y Laos los principales consumidores.



Fuente: elaboración propia.

Figura 1. Número de artículos publicados (recuperados de ScienceDirect) desde 1991 utilizando la combinación de palabras clave “Edible insects”, “Entomophagy”, “Insect consumption”, “Insect” y “Food”.

Acorde con los resultados del estudio de mercado realizado por Realrisk (2019) se evidencia que las proteínas alternativas son un segmento del mercado que ha aparecido como una forma novedosa y disruptiva, entrando a competir directamente con la proteína animal. Jugadores mundiales con alta presencia en el mercado de alimentos con proteínas de origen animal como *Tyson Foods*, *Cargill* y *Dupont*, están apostando en competir en el segmento de proteínas alternativas, ampliando su portafolio de productos con carnes y lácteos a base de plantas. Las proteínas obtenidas de insectos hacen parte del programa de seguridad alimentaria que desarrolla la FAO desde el 2013, y se ofertan como una opción altamente nutricional y con procesos sostenibles que permiten ser replicables y potenciados por gobiernos e instituciones.

En cuanto a las compañías que sobresalen en el mercado de la cría y fabricación de insectos, estas se segmentan en dos grandes sectores: alimentos de consumo para animales y alimentos para consumo humano. En el primer sector sobresalen compañías como *Agroprotein*, *Ynsect*, *Enterra*, entre otros. Estas compañías se enfocan en la producción de larvas de gusanos y grillos para procesamiento y elaboración de concentrados para mascotas y acuicultura. Algunas le apuestan a la economía circular y usan los desechos (heces) de los grillos como fertilizantes y abonos. En el sector de alimentos para consumo humano sobresalen las compañías *Jimini’s*, *Exo*, *Entomo Farms*, *Eat Grub* y *Chapul*. En la Figura 2 se muestra los proveedores más representativos en proteínas alternativas. Las categorías en las que sobresalen son harinas de grillo para productos de panadería, pastas, polvos para adiciones en alimentos y batidos, snacks, barras de cereales, galletas y barras energéticas. Por las propiedades nutricionales de los grillos, se ofertan productos orientados a satisfacer las nuevas tendencias de consumo, en las que aparecen alimentos no solo con valores nutricionales importantes, sino que también con procesos amigables con el ambiente.



Fuente: Realrisk (2019).

Figura 2. Proveedores importantes en proteínas alternativas.

En referencia a la comercialización y publicidad de productos alimenticios que incorporen harina de grillo, las compañías basan su estrategia comunicacional en resaltar las propiedades alimenticias como su proteína y, además, procesan el insecto para tener mejor aceptabilidad desde el punto de vista sensorial. De tal forma, que el resultado son polvos o harinas para ser incorporados en otras preparaciones.

Los productos con mayor oferta son las barras de cereal y los snacks y los productos con menor oferta son los batidos y los suplementos proteicos (Figura 3). Estos últimos productos suelen estar direccionados a deportistas, personas con hábitos saludables y con conciencia ambiental.

	PASABOCAS	PRODUCTOS DE PANADERÍA	BATIDOS Y BARAS ENERGÉTICAS	CONFITES
OPORTUNIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • Saludables • Convenientes • Saciedad • On the go 	<ul style="list-style-type: none"> • Saludables • Convenientes • Diferentes momentos de consumo • Inclusión de ingredientes 	<ul style="list-style-type: none"> • Alto contenido nutricional • Inclusión de ingredientes • Reformulación de productos 	<ul style="list-style-type: none"> • Ampliar oferta a otros target • Saludables • Funcionalidad • Combinación de sabores
AMENAZAS	Fácil reemplazo por otras propuestas disponibles en el mercado que ofrecen el mismo concepto. Ejemplo: galletas, tortillas, barras, etc.	Consumidor buscando otras alternativas al no considerarlas del todo saludable. Otras propuestas que pueden cumplir la misma funcionalidad.	<ul style="list-style-type: none"> • Marcas propias • Momentos de consumo muy específicos 	Preferencias de los consumidores a otros productos que pueden aportar a su bienestar y construcción de una dieta saludable.
PERCEPCIÓN DE MIEDO Y DESAGRADO AL CONSUMO DE INSECTOS				

Fuente: Realrisk (2019).

Figura 3. Oportunidades y amenazas de las principales preparaciones con harina de grillo.

4.2. Identificación de las principales propiedades de harina de grillo (*G. sigillatus*)

Se realizó la caracterización bromatológica en la harina de grillo (*G. sigillatus*) (Tabla 1), a través de la cuantificación de humedad, proteína total, cenizas, fibra cruda, carbohidratos y la estimación del aporte calorífico. Como se detalla en la tabla 1, los insectos son una fuente de alimento considerado nutritivo, ya que su porcentaje de proteína es similar al de la carne de res, cerdo o pollo (Rumpold y Schlüter, 2013).

Tabla 1. Caracterización bromatológica de harina de grillos (*G. Sigillatus*) por 100 gramos de producto.

CARACTERIZACIÓN BROMATOLÓGICA DE HARINA DE GRILLO (<i>G. sigillatus</i>)	
Contenido de Humedad (g/100g)	3.9
Proteína (g/100g)	62.9
Cenizas (g/100g)	4,74
Fibra cruda (g/100g)	7,7
Grasa (g/100g)	5,5
Carbohidratos totales (g/100g)	15,26
Calorías (Kilocalorías/100g)	362

Fuente: elaboración propia.

Con relación al contenido de ácidos grasos, los grillos suelen ser una buena fuente de ácidos grasos poliinsaturados de cadena larga, entre los que se encuentran los omegas 3 y 6 (Fontaneto et al., 2013). En el caso de los grillos se ha encontrado que estos son ricos en ácidos grasos como palmítico, oleico y linoleico (Finke 2002; Van Broekhoven et al., 2015). Por el contrario, la carne de res y cerdo contienen bajas concentraciones de ácidos grasos poliinsaturados y sus grasas son principalmente ácidos grasos monoinsaturados (Rumpold y Schluter, 2013).

4.3. Chucula, producto campesino con incorporación de harina de grillos de la especie (*G. sigilatus*) y materias primas preferentes de la región Sabana Centro de Cundinamarca

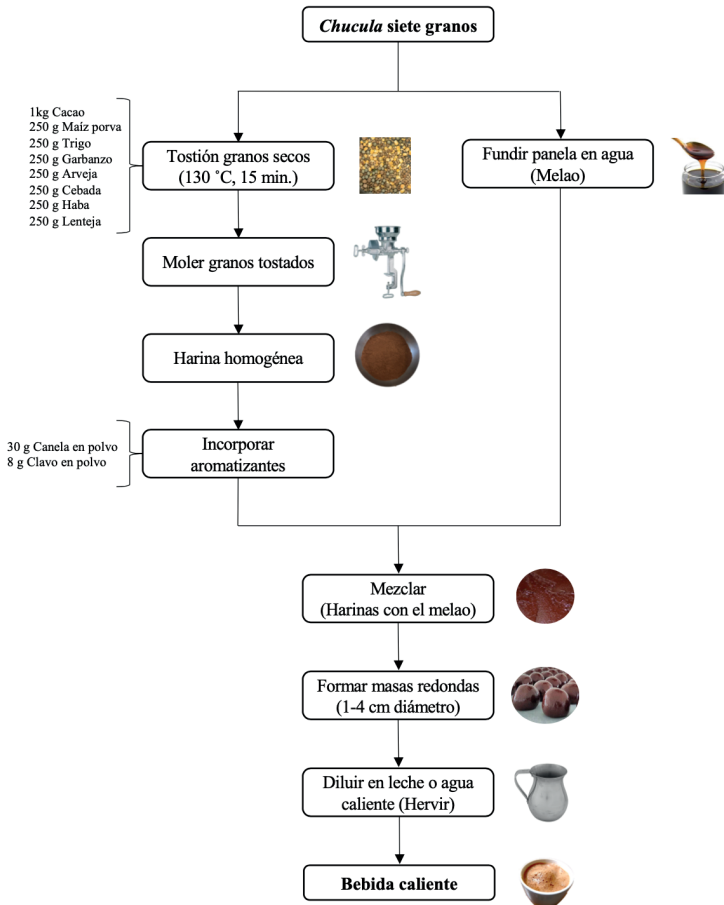
Como fue establecido en este artículo, se eligió la *chucula* por tener dos productos que se cultivaban desde tiempos precolombinos e incorporar materias primas que hoy en día se cultivan en la región Sabana Centro (productos traídos por los españoles). En el departamento de Cundinamarca esta bebida se elabora tradicionalmente añadiendo mínimo tres ingredientes más a la base, ya sean leguminosas o cereales. En este caso se eligió la denominada “chucula siete granos”. El procedimiento se inicia con la tostión de cada grano seco a 130°C durante 15 minutos o hasta que estén dorados. Este proceso se suele realizar en una sartén a fuego de leña. Los ingredientes que la componen son semillas de cacao (previamente fermentadas y secadas al sol), granos secos de maíz porva, trigo, garbanzo, arveja, cebada, haba y lenteja. Para endulzar la preparación, se utiliza panela, la cual se funde en agua hasta obtener un melao. También se adiciona canela y clavos molidos para aromatizar la bebida.

Con respecto a las cantidades, para 1 kg de cacao se utilizan 250 g de cada grano de cereal o leguminosa. Después de tostar los granos, estos se muelen hasta obtener una harina homogénea, que posteriormente se mezcla con los aromatizantes (canela y clavos molidos) y el melao. Se obtiene entonces una pasta con la que se forman masas redondas de una dimensión de 1 a 4 cm de diámetro. Estas se conservan en empaques cerrados a temperatura ambiente. Para su consumo, una de estas masas se disuelve en una taza de leche o agua

caliente, y se deja hervir hasta obtener una textura cremosa (Figura 4). La bebida se acompaña con pan (especialmente mogolla), colaciones y queso.

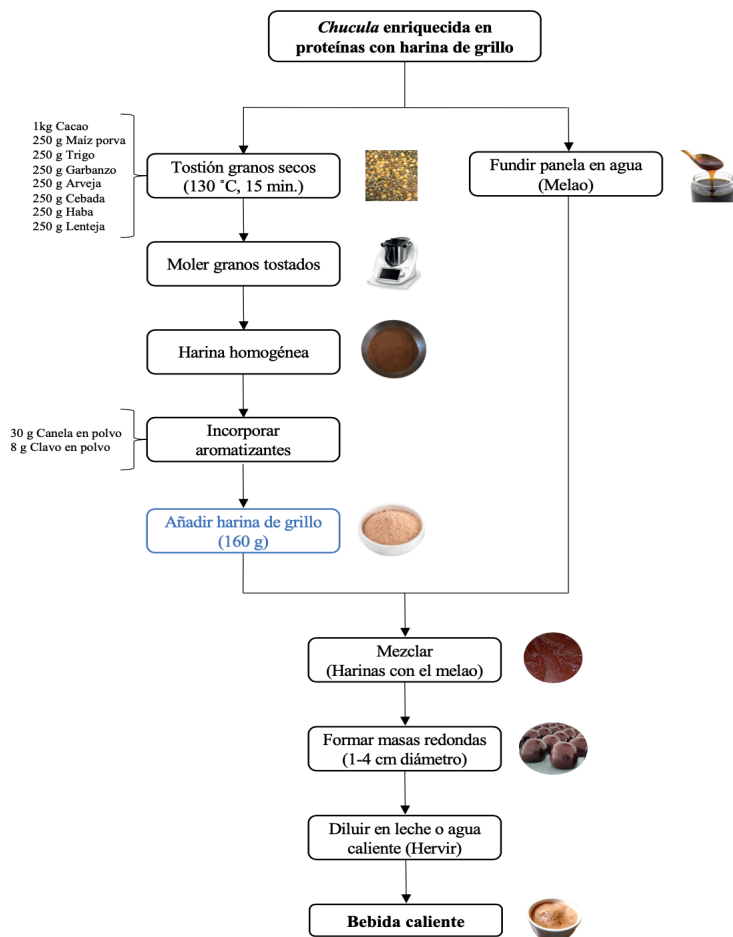
Así, al tener en cuenta el proceso descrito anteriormente se identificaron porcentajes de incorporación de harina de grillo (*G. sigillatus*) que mantuviera las características organolépticas de acuerdo con los umbrales culturales de la receta tradicional.

Al diseñar esta bebida con harina de grillo se sigue el siguiente proceso: Tostar en horno convencional las semillas de cacao y los siete granos (maíz porva, trigo, cebada, lenteja, arveja, garbanzo y habas) a 130°C durante 15 minutos. Después de tostar los granos, estos se muelen en un procesador de alimentos hasta obtener una harina homogénea, a la que se le añaden los aromatizantes (canela y clavos molidos), a esta mezcla se le incorpora la harina de grillo. Aparte se funde la panela en agua hasta obtener un melao, el cual se mezcla con las harinas previamente obtenidas. Se finaliza formando masas redondas que al igual que la receta tradicional se consumen en leche hirviendo o agua caliente (Figura 5).



Fuente: elaboración propia.

Figura 4. Proceso de elaboración "Chucula siete granos".



Fuente: elaboración propia.

Figura 5. Proceso de elaboración “Chucula enriquecida en proteínas con harina de grillo”.

5. Conclusiones

El encuentro entre tradición e innovación puede ser una estrategia de utilidad para salvaguardar el patrimonio alimentario de la provincia Sabana Centro perteneciente al departamento de Cundinamarca. La seguridad alimentaria de esta zona puede verse afectada negativamente por el cambio climático, así como por el cambio del uso del suelo en el que se ha evidenciado en los últimos años una reducción en las hectáreas cultivadas, lo cual puede reducir los niveles de disponibilidad de alimentos. Debido a la riqueza ambiental de esta zona y su historia sociocultural con el encuentro entre culturas, se ha desarrollado un patrimonio alimentario propio de la región, en el que predominan el uso de cereales como maíz (*Zea mays*) y trigo (*Triticum*), legumbres como arveja y frijol, tubérculos como yuca, papa y cubios, entre otras hortalizas y frutas.

Entre la biodiversidad de esta región se encuentra el grillo (*G. sigillatus*), por lo que, incorporar una fuente alternativa de proteínas como la harina derivada de este insecto, puede enriquecer diversas formulaciones alimentarias sostenibles con el medio ambiente en comparación con la expansión de la ganadería convencional.

Esta es una novedosa y disruptiva fuente de proteína animal, también es una opción nutritiva y replicable a nivel industrial. Los productos con incorporación de harina de grillo se comercializan como alimentos sanos y suelen estar dirigidos a deportistas, personas con hábitos saludables y con conciencia ambiental.

Así pues, revalorizar la *chucula*, una preparación tradicional de la que se tiene registro desde el siglo XVII, incorporarle harina de grillo con el fin de enriquecer su perfil nutricional y, ofrecer en el mercado un producto acorde al patrimonio alimentario de la región, puede contribuir a la seguridad alimentaria de esta provincia.

Por lo que, el estudio de las características fisicoquímicas y mecánicas de la harina de grillo pueden influir en los resultados finales del producto e influir sobre sus características organolépticas y nutricionales.

De esta forma la *chucula* enriquecida con harina de grillo (*G. sigillatus*), puede considerarse como una bebida con una importante valoración nutricional nutritiva que además contribuye a conservar el patrimonio alimentario de Cundinamarca, brinda fuentes proteicas alternativas a poblaciones vulnerables o con dietas particulares, y ofrece un producto sostenible con menor impacto ambiental y contribuye a la seguridad alimentaria de la región.

Agradecimientos

Los autores quieren agradecer al Centro de Cooperación al Desarrollo, Universitat Politècnica de València su apoyo a través del programa ADSIDEO 2018-2020, al proyecto EICEA-118-2018 de la Universidad de La Sabana y a MINCIENCIAS por la financiación del proyecto 63620 convocatoria 803-2018.

Bibliografía

- Alemu, M.H., Olsen, S.B., Vedel, S.E., Kinyuru, J.N., Pambo, K.O. (2017). "Can insects increase food security in developing countries? An analysis of Kenyan consumer preferences and demand for cricket flour buns" en *Food Security*, 9(3), 471–484. <https://doi.org/10.1007/s12571-017-0676-0>.
- Cámara de comercio de Bogotá, CCB. (2008). Caracterización económica y empresarial de las provincias de cobertura de la CCB, Sabana Centro. https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/2892/6235_caracteriz_empresarial_sabana_centro.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Clune, S., Crossin, E., Verghese, K. (2017). "Systematic review of greenhouse gas emissions for different fresh food categories" en *Journal of Cleaner Production*, 140, 766-783. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.04.082>
- Finke, M. (2002). "Complete nutrient composition of commercially raised invertebrates used as food for insectivores" en *Zoo Biology*, 21, 269-285. <https://doi.org/10.1002/zoo.10031>

- Fontaneto, D., Tommaseo-Ponzetta, M., Galli, C., Rise, P., Glew, R., Paoletti, M. (2013). "Differences in fatty acid composition between aquatic and terrestrial insects used as food in human nutrition" en *Ecology of Food and Nutrition*, 50, 351-367. <https://doi.org/10.1080/03670244.2011.586316>
- IDEAM, PNUD, MADS, DNP, Cancillería. 2017. Nuevos Escenarios de Cambio Climático para Colombia 2011-2100 Herramientas Científicas para la Toma de Decisiones – Enfoque Nacional - Regional: Tercera Comunicación Nacional de Cambio Climático.
- Informe de calidad de vida Sabana Centro Cómo Vamos* (2016). 2539-3782. Colombia: Sabana Centro Cómo Vamos. https://www.unisabana.edu.co/fileadmin/Archivos_de_usuario/Documentos/Documentos_Empresa_y_Sociedad/La_Sabana_como_vamos/sabana-centro-informe.pdf.
- Ismail, A., Marjan, Z.M., Foong, C.W. (2004). "Total antioxidant activity and phenolic content in selected vegetables. Food Chemistry", en *Food chemistry*, 87(4), 581–586. <https://doi.org/10.1016/j.foodchem.2004.01.010>.
- Martínez Carreño, A. (2014). *Tomo 7: Mesa y Cocina del siglo XIX*. Bogotá: Biblioteca básica de Cocinas Tradicionales de Colombia.
- Meijer-Rochow V.B. (1975) Can insects help to ease the problem of world food shortage? *Search*, 6, 261–262.
- Menozi, D., Sogari, G., Veneziani, M., Simoni, E., Mora, C. (2017). "Eating novel foods: An application of the Theory of Planned Behaviour to predict the consumption of an insect-based product" en *Food Quality and Preference*, 59, 27–34. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2017.02.001>.
- Navarro, A. (2015). *Estudio del Contenido de Compuestos Bioactivos del Cacao y su Aplicación en la Obtención de un Ingrediente Rico en (Poli)fenoles para el Diseño de un Chocolate Enriquecido*. Tesis doctoral. Murcia: Universidad de Murcia. <http://hdl.handle.net/10803/371732>. [Consulta: 05 de octubre 2020].
- Nouri, M., Nasehi, B., Samavati, V., Mehdizadeh, S. A. (2017). "Optimizing the effects of Persian gum and carrot pomace powder for development of low-fat donut with high fibre content" en *Bioactive Carbohydrates and Dietary Fibre*, 9, 39–45. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.bcdf.2017.01.001>.
- Oonincx, D.G.A.B., De Boer, I.J.M. (2012). "Environmental Impact of the Production of Mealworms as a Protein Source for Humans - A Life Cycle Assessment" en *PLoS ONE*, 7(12), 1–5. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0051145>
- Oonincx, D.G.A.B., Van Itterbeeck, J., Heetkamp, M.J.W., Van Den Brand, H., Van Loon, J.J.A., Van Huis, A. (2010). "An exploration on greenhouse gas and ammonia production by insect species suitable for animal or human consumption", en *PLoS ONE*, 5(12), 1–7. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0014445>.
- REALRISK. (2019). Análisis de oportunidad de mercado – Harina de grillo como fuente alternativa de proteína.
- Rojas De Perdomo, L. (2014). *Tomo 2:Comentarios a la cocina precolombina, De la mesa europea al fogón amerindio*. Bogotá: Biblioteca básica de Cocinas Tradicionales de Colombia.

- Rumpold, B., Schlüter, O. (2013). "Nutritional composition and safety aspects of edible insects" en *Molecular Nutrition and Food Research*, 57(5): 802-823. <https://doi.org/10.1002/mnfr.201200735>.
- Sánchez, E., Sánchez, C. (2014). *Tomo 10: Paseo de olla*. Bogotá: Biblioteca básica de Cocinas Tradicionales de Colombia.
- Sarri, K., Linardakis, M., Tzanakis, N., Kafatos, A. (2008). Adipose DHA inversely associated with depression as measured by the Beck Depression Inventory, en *Prostaglandins Leukotrienes and Essent Fatty Acids*, 78, 117-122. <https://doi.org/10.1016/j.plefa.2007.12.004>
- Stonehouse, W., Conlon, C., Podd, J., Hill, S., Minihane, A., Crystal, H., Kennedy, D. (2010). "DHA supplementation improved both memory and reaction time in healthy young adults: a randomized controlled trial" en *The American Journal of Clinical Nutrition*, 97, 1134-1143. <https://doi.org/10.3945/ajcn.112.053371>
- UNFAO. (2011). Una introducción a los conceptos básicos de la seguridad alimentaria. <http://www.fao.org/3/al936s/al936s00.pdf>. [Consulta: 14 de octubre de 2020].
- UNFAO. (2013). Edible insects: Future prospects for food and feed security. *Forestry paper*, 171, 1- 154. <http://www.fao.org/3/a-i3253e.pdf>. [Consulta: 14 de octubre de 2020].
- UNFAO. 2009. *How to feed the world in 2050*. http://www.fao.org/fileadmin/templates/wsfs/docs/expert_paper/How_to_Feed_the_World_in_2050.pdf. [Consulta: 14 de octubre de 2020].
- Van Broekhoven, S., Oonincx, D., Van Huis, A., Van Loon, J. (2015). "Growth performance and feed conversion efficiency of three edible mealworm species (Coleoptera: Tenebrionidae) on diets composed of organic by-products" en *Journal of Insect Physiology*, 73, 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.jinsphys.2014.12.005>
- Vega, F. (2004). Hormigas culonas en riesgo de extinción. *Periodico El Tiempo*. <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-1551651>. [Consulta: 14 de octubre de 2020].
- Wu, G., Bazer, F.W., Cross, H.R. (2014). "Land-based production of animal protein: Impacts, efficiency, and sustainability" en *Annals of the New York Academy of Sciences*, 1328(1), 18–28. <https://doi.org/10.1111/nyas.12566>.
- Zielińska, E., Baraniak, B., Karaś, M., Rybczyńska, K., Jakubczyk, A. (2015). "Selected species of edible insects as a source of nutrient composition" en *Food Research International*, 77, 460–466. <https://doi.org/10.1016/j.foodres.2015.09.008>

FESTIVALES DE MÚSICA Y GASTRONOMÍA

Juan Simón Lozano Jiménez

Universitat Politècnica de València.
juansimolozano@gmail.com

Abstract: A Music Festival was synonymous with eating little and badly. Gone are those “chorizo” sandwiches or bacon. But this has radically changed, many of current music festivals have opted to offer a great quality in its culinary offer: from zero kilometer products, elaborations traditional, show cooking of great chefs, and there are even awards from the best gastronomic areas of the different festivals. The Music Festivals are clear cultural and tourist promoters. Festivals provide different economic, tourist and social benefits, in the place where they are held. In Spain, the impacts, both economic and cultural of these events are more than proven. After 2018, where the data from billing and assistance were unbeatable, during 2019 they were maintained and positive (more than 382 million euros), 14% more than the previous year. We will analyze the relationship between Music Festivals and gastronomic culture offered by the country’s festivals.

Keywords: music festivals, gastronomy, gastronomic tourism, festival tourism, music, cuisine.

Resumen: Acudir a un festival de música era sinónimo de comer poco y mal. Atrás quedaron esos bocatas de chorizo o panceta. Pero esto ha cambiado radicalmente, muchos de los actuales festivales de música han apostado por ofrecer una gran calidad en su oferta culinaria. Desde productos de kilómetro cero, elaboraciones tradicionales, showcooking de grandes chefs, y hasta existen premios de las mejores áreas gastronómicas de los diferentes festivales. Los Festivales de Música, son claros dinamizadores culturales y turísticos. Los Festivales aportan diferentes beneficios económicos, turísticos y sociales en el lugar donde se celebran. En España, el impacto tanto económico como cultural de estos eventos está más que demostrados. Después del 2018, donde los datos de facturación y asistencia, fueron inmejorables, durante el año 2019 se mantuvieron y fueron positivos (más de 382 millones de euros) un 14% más que el año anterior. Analizaremos la relación entre Festivales de Música y cultura gastronómica que ofrecen los festivales del país.

Palabras clave: festivales de música, gastronomía, turismo gastronómico, turismo de festival, música, cocina.

Citar como: Lozano Jiménez, J.S. (2021). Festivales de música y gastronomía. En *Actas del II Congreso Internacional sobre Patrimonio Alimentario y Museos*. 11-12 noviembre, 2020, Valencia, España. pp. 253-266.

1. Introducción

Ya desde la época de los griegos, la relación entre la gastronomía y la música era indisoluble, tal así; *alaba Ulises la hospitalidad de Alcínoo*, en el canto IX de la Odisea¹. Homero consideraba que los ingredientes fundamentales para un banquete eran: la comida, los cantos y la danza. En el banquete, los griegos quisieron reunir todos los placeres: los intelectuales y los físicos².

Todo eso no ha cambiado mucho hasta llegar al S.XXI. En la sociedad actual se encuentra un sitio idóneo para disfrutar del placer de la música y la gastronomía: *los festivales de música*.

En el año 1969, *Woodstock*³, *el festival que inventó los festivales*, acudieron más de 400.000 personas. Con unos asistentes curiosos y desesperadamente hambrientos, donde ninguno de los grandes proveedores de comida quiso participar en el festival que marcaría la historia de los festivales, sus asistentes tan solo pudieron encontrar algún puesto de perritos calientes que se agotaron muy rápidamente.

Estos dos elementos culturales tan destacados, como los festivales de música y la gastronomía, aunque diferentes pero a su vez similares, incitan a profundizar en sus vínculos. Vamos a indagar un poco en esos nexos de unión.

Por un lado, tradicionalmente, los *festivales* han sido eventos realizados en un tiempo de celebración, descanso y recuperación que seguía, a menudo, un duro período de trabajo físico como la cosecha o la recolección. Su principal característica era la reafirmación de la comunidad o de su cultura. El contenido cultural variaba de unos a otros y muchos tenían un aspecto espiritual o religioso; pero la música, la danza o el teatro eran elementos importantes de esa celebración (Devesa 2006).

Hay muchos debates para llegar a una definición concreta de festival, pero si hay un consenso casi universal en la concepción de festival es:

*"un evento limitado en el espacio y tiempo, que desarrolla un proyecto artístico específico que tiene lugar en intervalos regulares de tiempo"*⁴.

El campo de los festivales artísticos es muy amplio, que van desde la danza, música, teatro o audiovisual. En este artículo nos centraremos en los festivales musicales, ya que la música es el arte o actividad festiva más importante y representativa de la *festivalización* (Négrier, 2011) cultural europea.

Por otro lado, *la gastronomía*, como ente cultural propio. La gastronomía es una disciplina multifacética y tiene diferentes puntos de vista, matices para poderla estudiar y ejercer con el fin de llegar a su objetivo: *"preparar alimentos para que el comensal disfrute"* (Jacinto, Ruíz y Vargas, 2015). También, Hernández (2018), destaca que la gastronomía: *"es el resultado inacabado de la suma de elementos que, en su trayectoria y a lo largo de los años, se han cruzado en su camino para ser asimiladas, intercambiadas o alteradas y ampliadas mediante un nuevo uso o forma de elaboración"*. Es aquí donde encontramos el nexo con la música, ya que: *"cada país, cada pueblo, tradición e identidades son fruto del devenir histórico"*, al igual que la música. La interpretación y la composición musical se

¹ Homero, E.M. *La iliada y la odisea*.

² Iovino, R., & Mattion, I. (2009). Sinfonía gastronómica: (música, eros y cocina).

³ Woodstock https://elpais.com/elpais/2018/06/11/icon/1528733495_024842.html [Consulta: 30/10/2020].

⁴ Négrier, E., Bonet, L., & Guérin, M. (2013). Music festivals, a changing world.

nutren de todas aquellas performances o escrituras de figuras e intérpretes del pasado y, a su vez, de la teoría de la remodelación con el paso del tiempo (Moral Moya, 2020).

Aquí el nexo de unión, la música, nos encontramos con dos experiencias culturales y sensoriales; la música y la gastronomía. Reunidas en un mismo espacio de consumo, los *festivales de música*, donde las personas acuden a vivir nuevas experiencias. Los festivales de música no se entenderían sin la sinergia del placer de escuchar música, bailar y degustar un buen plato.

2. Objetivos

El objetivo de este estudio es realizar un análisis de la oferta culinaria de los festivales de música analizando las tendencias gastronómicas de los principales festivales del país.

3. Desarrollo de la innovación

Para el desarrollo del estudio haremos un análisis de los principales festivales y sus zonas gastronómicas. Para ello hemos consultado diversa bibliografía cuantitativa y cualitativa relacionada con el tema a investigar, también consulta de la web de los principales festivales del país. Actualmente, según los últimos datos oficiales en España, tenemos 896⁵ festivales de música. Los mejores datos de facturación y asistencia fueron en el año 2018⁶, y que en 2019⁷ se mantuvieron y mejoraron.

Los festivales de música son muy diversos, con muchos estilos y géneros. Encontramos festivales musicales de música clásica, rock, tradicional, pop o *world music*. Para este estudio limitaremos nuestro marco de estudio a un género musical concreto. Atenderemos a una clasificación realizada por la SGAE⁸, que la clasifica; entre la música clásica, música popular⁹ y música grabada. Nuestro campo de estudio se enmarca dentro la música popular, que incluye la música en vivo, como los *festivales de música moderna* (indie-pop, electrónica, world music, rock).

En España, es a partir de los años 90 cuando proliferan los festivales de música moderna, produciéndose un *boom de festivales* durante la primera década del 2000 y que, en 2018, alcanzaría los mejores datos consolidando el sector del Turismo Musical¹⁰ en nuestro país. Nos

⁵ Anuario Estadísticas Culturales INAEM 2019. <https://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:3bdc17c-050c-4807-b4f4-61e3714cbc15/anuario-de-estadisticas-culturales-2019.pdf>. [Consulta: 21/10/2020].

⁶ Los datos de facturación del 2018 fueron de 333.900,107 € y cerca de 27 millones de asistentes. Anuario XI de la Música en Vivo APM. <https://www.apmusicales.com/especial-x-anuario-de-la-musica-en-vivo/>. [Consulta:21/10/20].

⁷ Recaudación un 14,6 % más que en 2018, un total de 382.596,238 €. Anuario XI de la Música en Vivo APM. <https://www.apmusicales.com/especial-x-anuario-de-la-musica-en-vivo/>. [Consulta: 21/20/20].

⁸ Anuario SGAE 2919. [Consulta:26/10/2020].

⁹ Utilizo el concepto de música popular siguiendo el patrón anglófono de "popular music", aquella que abarca géneros como el pop, el rock, el blues, el rap, el heavy, etc. Este concepto se construye frente al concepto de música clásica o música culta. Para un análisis más detallado véase Middleton (1990).

¹⁰ El Turismo Musical (Bret Campbell, 2011), se ha llegado ya al acuerdo de que se trata de un nicho dentro del turismo cultural. Una de las definiciones nos dice que "turismo musical significa viajar para presenciar espectáculos musicales o lugares relacionados con la música y sus autores" (Formoso Martínez & Rebollo Pacheco, 2016). El mismo Bret nos dice que el turismo musical implica a personas que viajan a lugares en los que no residen, ya sea para disfrutar de música en vivo o para vivir experiencias relacionadas con la historia de creación o representación de música. Así, aprovechando que hemos hablado de Liverpool, podría ser asistir a un concierto de Paul McCartney en el Liverpool Arena, hacer el Magical Mystery Tour, hacernos una foto en el famoso paso de peatones de Abbey Road o visitar el Strawberry Fields Memorial de Central Park a John Lennon. https://www.hosteltur.com/comunidad/003641_los-sonidos-del-turismo.html. Consulta: [23/10/2020].

encontramos ante la *festivalización* (Négrier, 2011), como atractivo turístico, como generador de empleo, desarrollo económico y artístico, fomenta la cohesión social y la puesta en valor de la cultura local.

Para la selección de la muestra nos basaremos en los datos de asistencia de las 25 principales citas musicales de los macro-festivales recogido en el *XI Anuario de la Música en Vivo de APM*¹¹ del 2019. Los diferentes ítems de las ofertas gastronómicas que analizaremos serán cinco: *Cocina de Autor*, *Food Trucks*, *Rutas Gastronómicas*, *Cocina Exótica/Singulares* y *Puestos de comida*.

- **Cocina de Autor:** *“Hablamos de Cocina de Autor, aquella que encarna el estilo y la creatividad individual de un cocinero, que reinterpreta recetas y técnicas tradicionales de forma innovadora. Se trata de un movimiento que concede una gran originalidad. Por lo que la cocina de autor designa una nueva forma de concebir al cocinero como creador, genio y artista, en contraste con un saber culinario colectivo y anónimo (Flores Jurado, Julieta)”*.
- **Food Trucks:** Tiene su origen en los ganaderos de Texas de finales del s.XIX. Un ganadero en 1866, *Charles Goodnight* adquirió un viejo vagón de tren en el que ofrecía alimentos en conservas, agua y comida caliente para los *cowboys*. Veinte años después, serían los trabajadores nocturnos de las grandes ciudades como New York, Chicago o San Francisco, los que disfrutarán de la comida sobre ruedas. Y es en 2007, con la crisis económica, donde se produce el nuevo *boom* de los *food trucks*, donde se reinventan el *fast food*, ofreciendo comida de altísima calidad y creatividad¹². En los últimos años, en nuestro país, se han dado a conocer y han tomado fuerza en diversos eventos públicos y privados, entre ellos los festivales de música.
- **Rutas Gastronómicas:** Para muchas ciudades o destinos turísticos, la gastronomía es una contribución a las experiencias únicas que el viajero puede encontrar como parte de la expresión cultural de la zona que visita. La cocina puede utilizarse para satisfacer al viajero, para contribuir a la autenticidad del destino e incrementar el impacto del turismo en la comida local (López-Guzmán, T.; Jesus, M.M. 2011). El *Turismo Gastronómico* es una tipología de turismo reconocido por la *Organización Mundial del Turismo*¹³. Encontramos numerosos *festivales de música* que se celebran dentro de la misma ciudad y que ofrecen diferentes rutas gastronómicas como parte de sus actividades paralelas al festival.
- **Cocinas Exótica/Singular:** Hablamos de cocina exótica de platos tradicionales y típicos de otros países, como por ejemplo; la cocina japonesa, mexicana, tailandesa, griega, turca, etc..., ejemplo, consumo de alimento de kilómetro cero¹⁴.

También incluiremos la comida vegana, vegetariana, celíacos y alergias.

- **Puestos de Comida:** Hacemos referencia a la comida que tradicionalmente se ofrece en los eventos y festivales, como por ejemplo, bocatas, sándwiches, embutidos, pasta, paella, ensaladas, etc.

¹¹ Ídem 8 y 9.

¹² Guide, B.F. (2015). El origen de los food truck,; El fenómeno foodie por excelencia. *Recuperado de: <http://bcnfoodieguide.com/new/blog/origen-de-losfood-trucks-el-fenomeno-foodie-por-excelencia>*¹³. [Consulta: 23/10/20].

¹³ Congreso Internacional “Local Food and Tourism” Noviembre 2000. Chipre. Organización Mundial del Turismo.

¹⁴ Los productos de kilómetro cero, también son denominados productos de proximidad, ya que su principal característica se basa en la poca distancia que hay entre su lugar de producción o de recolección y el punto de venta o de consumo final. El auge del consumo de estos productos está relacionado con el movimiento¹⁵ *Slow Food*.

Los festivales que forman parte de la muestra, como ya hemos mencionado anteriormente, son los 25 macro-festivales¹⁵.

4. Resultados

Los resultados obtenidos después de analizar los 25 macro-festivales del país están recogidos en la siguiente tabla:

Tabla 1. Resultados.

FESTIVAL	COCINA DE AUTOR	FOOD TRUCKS	RUTAS GASTRONÓMICAS	COCINAS EXÓTICAS/ SINGULAR	PUESTOS DE COMIDA
MEDUSA SUNBEACH FESTIVAL		1			
ARENAL SOUND	1	1			1
VIÑA ROCK					1
PRIMAVERA SOUND		1			1
ROTOTOM SUNSPLASH				1	1
MADCOOL FESTIVAL		1		1	1
DREAMBEACH FESTIVAL					1
WEEKEND BEACH FESTIVAL			1		1
CABO DE PLATA		1			1
FIB		1	1		1
BBK LIVE		1	1		1
SONORAMA RIBERA		1	1		1
SÓNAR		1			1
RESURRECTION FEST			1		1
A SUMMER STORY		1			1
O SON DO CAMIÑO		1	1		
WARM UP		1			1
LOW FESTIVAL		1	1		1
CRUÏLLA		1		1	
LOS ÁLAMOS FESTIVAL		1			
DOWNLOAD FESTIVAL					1
MADRID SALVAJE					1
RABO DE LAGARTIJA					1
LEYENDAS DEL ROCK			1		1
GRANADA SOUND		1	1		
TOTALES	1	16	9	3	20

Fuente: elaboración propia.

De forma general, podemos observar que la fórmula más utilizada por los festivales son los *puestos de comida*. Un total de 20, lo que supone un 41% del total. Seguidos por la comida sobre rueda de los *food trucks* con un 33%, es decir, 16 de los festivales analizados.

¹⁵ Anexo 1.

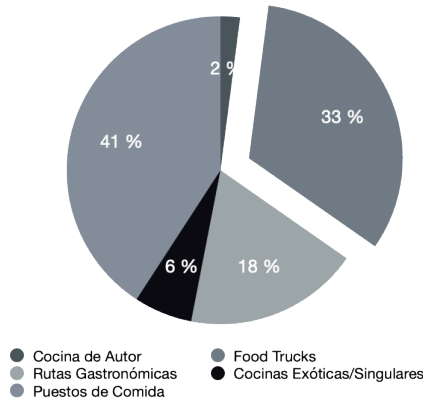
La tercera forma que encontramos, 9 de los festivales, son las *rutas gastronómicas* , lo que alcanzaría un 18% del total. Y las ofertas que menos encontramos son la de *cocina exótica/singulares* y la *cocina de autor* , suponiendo un 2% y un 6% respectivamente.

Lo vemos más detalladamente en las siguientes gráficas en porcentajes y datos totales:

Tabla 2. Totales.

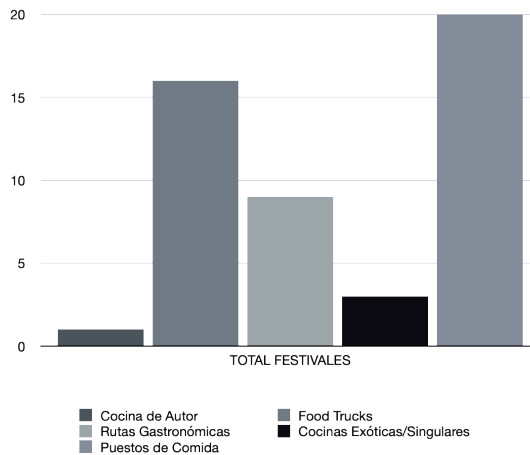
TIPOS DE RESTAURACIÓN	TOTAL FESTIVALES
Cocina de Autor	1
Food Trucks	16
Rutas Gastronómicas	9
Cocinas Exóticas/Singulares	3
Puestos de Comida	2

Fuente: elaboración propia.



Fuente: elaboración propia.

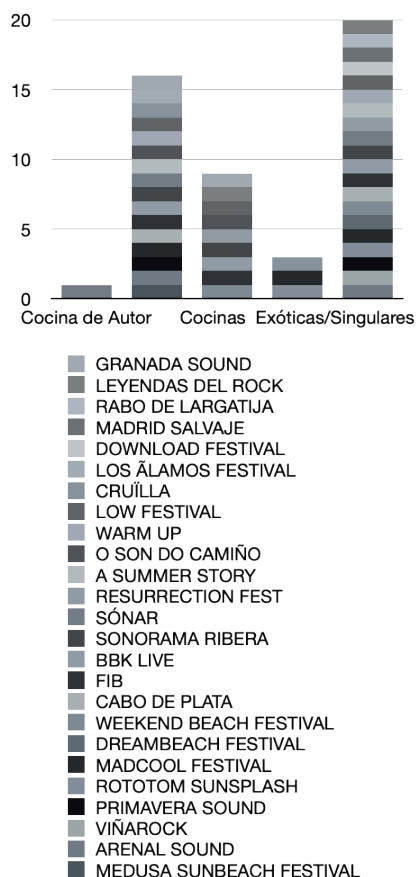
Gráfica 1. Porcentajes.



Fuente: elaboración propia.

Gráfica 2. Totales.

También podemos observar que la mayoría de los festivales combinan las diferentes ofertas gastronómicas. Lo vemos detalladamente en la siguiente gráfica:



Fuente: elaboración propia.

Gráfica 3. Combinación oferta gastronómica.

5. Conclusiones

Desgranando los resultados podemos concluir lo siguiente:

Observamos en la tipología *cocina de autor*, que *Sónar Festival* es el único en el que encontramos este tipo de oferta gastronómica. Ofrece una *"Food Experience"*¹⁶ a sus asistentes de la zona vip. Además, incluso una programación por días de diferentes cocineros reconocidos con

¹⁶ SÓNAR FESTIVAL. <https://sonar.es/es/2019/food-experience> [Consulta:02/11/2020].

*Estrella Michelin*¹⁷. En la web de *Sónar Festival* podemos encontrar el listado completo de los diferentes *food trucks*¹⁸, que en la mayoría de los festivales no lo hacen.

Respecto a los *food trucks*, son pocos los festivales que ofrecen detalladamente el tipo de oferta culinaria que albergan en la *comida sobre ruedas*. Mayoritariamente, solo nombran que cuentan con una *zona/área/villa de food trucks* sin especificar nada más. De los 25 festivales analizados, en solo dos, nos ofrecen información más detallada, como *Sónar Festival* y *Cruilla*¹⁹.

Los festivales que ofrecen *rutas gastronómicas*, 9 de los festivales analizados, habría que destacar el *Sonorama Ribera*²⁰. Este festival ofrece a sus visitantes rutas gastronómicas y enológicas por las bodegas de la zona. Incluso ofrecen un pack de "*pasaporte enológico*", donde los asistentes se pueden mover libremente por más de 100 pueblos de la zona de la comarca donde se celebra el festival, para probar su gastronomía y vinos Ribera del Duero. También encontramos otros festivales, como el *Low*²¹, *O Son Camiño*²², *Resurrection Fest*²³, *Leyendas del Rock* o *BBK*, entre otros, ofrecen rutas gastronómicas en las ciudades donde se celebra el festival. Habría que destacar el *Granada Sounds*²⁴ que ofrece una ruta gastronómica acompañada de música en directo en los diferentes bares/restaurantes de Granada.

Si hablamos de *cocinas exóticas/singulares*, destacaría la oferta que ofrece el *Rototom Sunsplash Festival*²⁵. En este festival podemos hacer un verdadero viaje por el mundo por medio de su oferta gastronómica. Podrás probar platos de Tailandia, Italia, Argentina, Francia, Marruecos, Perú, Colombia, Senegal, Japón, Etiopía, Costa de Marfil, Jamaica..., o la cocina de la Comunidad Valenciana, Cataluña y Andalucía. Otros festivales que ofrecen comidas exóticas o singulares, *Sónar* y *Cruilla*, ofrecen productos de km 0, es decir, cocina hecha con productos locales. Así como oferta de comida para veganos, vegetarianos y celíacos.

Y la oferta más mayoritaria que encontramos en casi todos los festivales, son los típicos *puestos de comida*, donde nos ofrecen desde paella, bocatas, carnes a la brasa, sándwiches, ensaladas, etc.

La importancia de la oferta gastronómica es tal, que ya no se entenderían los festivales sin ellas. La presencia de la gastronomía en los festivales ha alcanzado tanta relevancia, que desde el año 2015, en los *Premios Fest*²⁶, cuentan con la categoría de "*la mejor zona de restauración*", que se entrega cada año bajo la votación de profesionales y asistentes.

¹⁷ El significado de las estrellas michelin es: 3 estrellas expresan una cocina excepcional que justifica por sí el viaje. 2 estrellas significan calidad de primera clase en su tipo de cocina. 1 estrella indica un restaurante muy bueno en su categoría.

¹⁸ Idem 13.

¹⁹ CRUÍLLA. <https://www.cruillabarcelona.com/es/blog/que-festival-cruilla/> [Consulta:02/03/2020].

²⁰ DIRECTO AL PALADAR. <https://www.directoalpaladar.com/turismo-gastronomico/ruta-gastronomica-y-pasaporte-enologico-en-aranda-de-duero-y-el-sonorama-ribera> [Consulta: 02/03/2020].

²¹ LOW FESTIVAL. <https://lowfestival.es/benidorm/gastronomia/> [Consulta:02/11/2020].

²² O SON DO CAMINO. <http://www.osondocamino.es/que-hacer-en-santiago/foodies/> [Consulta:02/11/2020].

²³ RESURRECTION FEST. <https://www.resurrectionfest.es/info/establecimientos-colaboradores/> [Consulta:02/11/2020].

²⁴ GRANADA TUR. <http://www.granadatur.com/granada-ciudad-del-rock/noticias/40-programacion-de-conciertos-en-la-ciudad-durante-granada-sound-2018> [Consulta:02/11/2020].

²⁵ ROTOTOMSUNSPASH. <https://rototomsunsplash.com/info-util/comer/> [Consulta: 02/11/2020].

²⁶ PREMIOS FEST. <https://premiosfest.com/categorias-2019/> [Consulta:02/11/2020].

Y para finalizar, quería transmitir que todos estos datos son pre-pandemia, actualmente el mundo de los festivales y la música en directo se encuentran paralizados. Durante este año 2020, la mayoría de los festivales del país no se han celebrado y se han pospuesto para el 2021. La celebración de los festivales se encuentra bajo una gran incertidumbre, ya que no sabremos si habremos superado la pandemia. De los pocos festivales que se han celebrado, han sido en *streaming* o pequeño formato, donde la oferta gastronómica ha desaparecido o ha sido muy escueta. Asistir a un festival es una experiencia social y sensorial, donde las relaciones humanas son esenciales, igual que bailar, beber y comer forman parte de esa experiencia.

Ya hay estudios sobre los posibles escenarios que se plantean. El estudio con más relevancia es el realizado en Alemania²⁷, bajo la tutela de Universidades y científicos de diversos ámbitos. El resultado del estudio recomienda para los eventos realizados en pandemia, entre otras cosas, que el público esté sentado y la prohibición de comer y beber. En nuestro país, también hay diferentes propuestas y estudios, como en la *Sala Apolo*²⁸ y el *Festival Cruïlla*²⁹. El director de este último festival confirma que en la próxima edición 2021 del Cruïlla, sus asistentes, podrán estar sin mascarilla y sin distancia social gracias a los test-rápido de detección de la *Covid-19*. Pero el futuro de los festivales está en el aire, lo único cierto es que la situación actual hace difícil la supervivencia de muchos de ellos.

El sector de los espectáculos y eventos, la cultura en general, ha sido de los más castigados por la pandemia. La situación es tal que se ha creado una plataforma. *Alerta Roja*³⁰ nace con el objetivo de proteger y defender este sector, haciendo un llamamiento de socorro en las últimas semanas a las administraciones públicas en busca de ayudas y una mejor legislación que regule un panorama habituado a cierto limbo jurídico.

Bibliografía

- Burbano de Lara Pérez, L. (2015). *Los Food trucks en el espacio público de Barcelona: escenario actual y sus oportunidades*. Burbano de Lara Pérez, L. (2015). Master's thesis, Universitat Politècnica de Catalunya.
- Devesa, M. (2006). *El impacto económico de los festivales culturales. El caso de la Semana Internacional de Cine de Valladolid*. Madrid: Fundación Autor.
- Díaz, J.S., Guillén, M.E., Tirado, D.M., Tena, M.A.M. *Los Festivales de Musicales como experiencia turísticas y sus consecuencias*.
- FoucE, H. (2009). Un largo verano de festivales. Categorías de experiencia y culturas productivas en la industria musical española. *Revista Latina de Comunicación Social*, 12(64), 410-415. <https://doi.org/10.4185/RLCS-64-2009-832-410-415>

²⁷ ESTUDIO EVENTOS POSTCOVID19. <https://www.dw.com/es/coronavirus-bajo-qué-condiciones-se-podr%C3%ADa-volver-a-realizar-eventos/a-55454236>. [Consulta:04/11/2020].

²⁸ El Periodico. <https://www.elperiodico.com/es/ocio-y-cultura/20201005/concierto-apollo-barcelona-estudio-8142318>. [Consulta:04/11/2020].

²⁹ La Vanguardia. <https://www.lavanguardia.com/musica/20201022/484215272575/festivales-musica-barcelona-herreruela-cruilla-caixafo-rum.html> [Consulta:04/11/2020].

³⁰ ALERTA ROJA EVENTOS. <https://alertarojaeventos.com> [Consulta:02/11/2020].

Guide, B.F. (2015). El origen de los food truck.El fenómeno foodie por excelencia. *Recuperado de: <http://bcnfoodieguide.com/new/blog/origen-de-losfood-trucks-el-fenómeno-foodie-por-excelencia>*.

Jurado, J.F. Notas sobre la cocina de autor (a).

Moral Moya, M.D. (2020). Lanzamiento de un medio digital basado en música y gastronomía: el nexo entre sonido y sabor. Trabajo Fin de Grado, Universidad Complutense de Madrid.

López-Guzmán, T., Jesús, M.M. (2011). Turismo, cultura y gastronomía. Una aproximación a las rutas culinarias. *Tourism & Management Studies*, 1, 929-922.

lovinio, R., Mattion, I. (2009). Sinfonía gastronómica:(música, eros y cocina). Vol. 43. Siruela.

Négrier, E., Bonet, L., Guérin, M. (2013). Music festivals, a changing world. Michel de Maule, pp. 321. <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01439617>

Négrier, E. (2011). La festivalización de la cultura: una dialéctica de los cambios de paradigma. En Bonet, L., y Scharodorosky, H. (Eds.). *La gestión de festivales escénicos*. Gescénic, pp.17-32, 2012. <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-02513345>

Pérez Platero, L. (2016). Impactos turístico-económicos y socio-culturales de los Festivales Musicales en la Comunidad Valenciana. Doctoral dissertation, Universitat d'Alacant-Universidad de Alicante.

Anexo 1

FESTIVAL	COMUNIDAD	ESPECTADORES	CANTIDAD	CIUDAD	DURACIÓN
ARENAL SOUND	C. VALENCIANA	300.000	96 CONCIERTOS	BURRIANA	6 DÍAS
MEDUSA SUNBEACH FESTIVAL	C. VALENCIANA	300.000	159 CONCIERTOS	OULLERA	6 DÍAS
MAD COOL	MADRID	240.000	143 CONCIERTOS	MADRID	3 DÍAS
PRIMAVERA SOUND	CATALUÑA	220.000	251 CONCIERTOS	BARCELONA	4 DÍAS
VIÑA ROCK	C. LA MANCHA	210.000	123 CONCIERTOS	VILLARROBLEDO	3 DÍAS
ROTOTOM SUNSPASH	C. VALENCIANA	208.000	247 CONCIERTOS	BENICÀSSIM	7 DÍAS
FIB	C. VALENCIANA	170.000	136 CONCIERTOS	BENICÀSSIM	4 DÍAS
DREAMBEACH	ANDALUCÍA	155.000	112 CONCIERTOS	CUEVAS DEL ALMANZORA	5 DÍAS
WEEKEND BEACH FESTIVAL	ANDALUCÍA	140.000	91 CONCIERTOS	TORRE DEL MAR	4 DÍAS
BÓNAR	CATALUÑA	125.000	138 CONCIERTOS	BARCELONA	3 DÍAS
BBK LIVE	PAÍS VASCO	120.000	96 CONCIERTOS	ELBAO	3 DÍAS
CABO DE PLATA	ANDALUCÍA	115.000	45 CONCIERTOS	BARBATE	3 DÍAS
DOWNLOAD FESTIVAL	MADRID	105.500	55 CONCIERTOS	MADRID	3 DÍAS
SONORAMA RIBERA	CASTILLA Y LEÓN	100.000	204 CONCIERTOS	ARANDA DE DUERO	5 DÍAS
O SON DO CAMIÑO	GALICIA	84.000	36 CONCIERTOS	SANTIAGO DE COMPOSTELA	3 DÍAS
LOW FESTIVAL	C. VALENCIANA	83.000	107 CONCIERTOS	BENIDORM	3 DÍAS
RESURRECTION FEST	GALICIA	81.300	100 CONCIERTOS	VIVEIRO	4 DÍAS
A SUMMER STORY	MADRID	80.000	62 CONCIERTOS	ARGANDA DEL REY	2 DÍAS
WARM UP	MURCIA	70.000	60 CONCIERTOS	MURCIA	2 DÍAS
LOS ÁLAMOS BEACH FESTIVAL	ANDALUCÍA	70.000	83 CONCIERTOS	ESTEPONA	4 DÍAS
FESTIVAL CRUÏLLA	CATALUÑA	57.000	42 CONCIERTOS	BARCELONA	3 DÍAS
LEYENDAS DEL ROCK	C. VALENCIANA	55.000	60 CONCIERTOS	VILLENA	4 DÍAS
MARENOSTRUM XPERIENCE	C. VALENCIANA	51.000	30 CONCIERTOS	VALENCIA	2 DÍAS
GRANADA SOUND	ANDALUCÍA	50.000	46 CONCIERTOS	GRANADA	2 DÍAS
FESTIVAL DE LES ARTS	C. VALENCIANA	42.000	30 CONCIERTOS	VALENCIA	2 DÍAS

Fuente: Asociación de Promotores Musicales (APM).

Asistencia a macro-festivales.



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



DCA DHA

DPTO. DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL
DOCUMENTACIÓN E HISTORIA DEL ARTE



PROPOSTES D'ACCIONS CULTURALS



GENERALITAT
VALENCIANA

Conselleria d'Innovació,
Universitat, Ciència
i Societat Digital

AORG/2020/A/122

EL GUSTO EN EL MUSEO 2020

ACTAS II CONGRESO INTERNACIONAL SOBRE PATRIMONIO ALIMENTARIO Y MUSEOS

Edición científica: Núria Ramón-Marqués

El gusto en el museo es una monografía que tiene como principal objetivo aunar en un mismo espacio de diálogo varias líneas de investigación tan dispares como la antropología, la tecnología de los alimentos, la biología o la gestión cultural. El propósito es un espacio multidisciplinar de diálogo en torno al patrimonio alimentario.

Los trabajos que forman parte de este volumen son el resultado del Segundo Congreso Internacional de Patrimonio Alimentario y Museos llevado a cabo en la Universitat Politècnica de València los días 11 y 12 de noviembre, en el que gracias a la intervención de investigadores de diferentes nacionalidades, se estableció un foro de encuentro donde se pudo constatar la diversidad y las innovaciones en espacios museísticos y discursos patrimoniales en torno al efímero sentido del gusto.

ISBN: 978-84-9048-801-0



9 788490 488010



Editorial
UPV