

ABRIL DEL 67

abril del 67

EL MENÚ DE MIS RECUERDOS

JIMENA SIERRA GARCÍA
jimensierrag01@gmail.com

TUTORA - CAROLINA VILLAR
carolina.villar@ufv.es

Facultad de Comunicación
Grado en Diseño

Convocatoria Ordinaria
2023/2024





A MI FAMILIA, A LOS QUE ESTÁN Y LOS QUE NO,
Y, ESPECIALMENTE, A MI MADRE.

"Abril del 67" es un proyecto editorial que explora las dimensiones artísticas, comunicativas y emocionales de la comida, empleándola como lenguaje a través del que contar historias. Este se concreta en un álbum familiar autobiográfico (por parte de la autora) cuyo hilo conductor son las recetas que los miembros de su familia han compartido durante años alrededor de una mesa. La dirección de arte, ilustración y fotografía son fundamentales para transmitir los valores del proyecto, que van desde potenciar el valor de la cultura social-gastronómica española, hasta reclamar la necesidad de preservar los recuerdos para crear un legado propio.

ÁLBUM FAMILIAR - RECETARIO - MEMORIA -
DIRECCIÓN DE ARTE - DISEÑO EDITORIAL

"Abril del 67" is an editorial project that explores the artistic, communicative and emotional dimensions of food, using it as a language through which to tell stories. It is materialized in an autobiographical family album (the author's) whose leitmotif are the recipes that her family members have shared for years around a table. The artistic direction, illustration and photography are fundamental to portray the values of the project, ranging from enhancing the value of Spain's social-gastronomic culture, to reclaiming the need to preserve memories in order to create a personal legacy.

FAMILY ALBUM - RECIPE BOOK - MEMORY - ART
DIRECTION - EDITORIAL DESIGN



Mis padres nacieron en abril del 67, de ahí el título de este proyecto y el comienzo de la historia que cuentan sus páginas.

Decido hacer un libro dedicado a mi familia cuando me doy cuenta de que vivo con miedo al olvido. Me da miedo que las personas a las que quiero se olviden de mí, pero sobre todo temo olvidarme yo de cosas que pensé que siempre recordaría.

Soy una persona tremendamente melancólica, y me guste o no, he aceptado que no puedo luchar contra mi mente cuando pierde horas volviendo al pasado en busca de recuerdos, momentos, personas, sensaciones... No puedo evitar idealizarlas y anhelarlas; así que, en lugar de luchar contra ello, he decidido ensalzarlas.

"Abril del 67" es un homenaje a los momentos vividos, a las sobremesas compartidas, a nuestra cultura española y, por encima de todo, al amor silencioso que en mi casa me han dado de comer todos los días de mi vida.

Espero que este libro sea un digno legado de todo lo que no quiero olvidar.

Índice

0.1 OBJETIVOS Y METODOLOGÍA 14

OBJETIVOS	14
METODOLOGÍA	16

0.2 ESTADO DE LA CUESTIÓN 20

2.1 ¿ES LA COMIDA EL LENGUAJE UNIVERSAL DEL AMOR? 21

2.1.1 Las dimensiones de la comida, ¿a qué nos referimos al hablar de comida?	21
2.1.2 La universalidad de la comida	24
2.1.2.1 ¿Qué es la cultura?	24
2.1.2.2 La comida como factor cultural determinante	28
2.1.2.2.1 Los hábitos gastronómicos y su relación con la forma de vida de una cultura	30
2.1.2.2.2 Hábitos gastronómicos en España	34
2.1.2.2.2 Hábitos gastronómicos en España	48
2.1.2.3 La comida como nexo entre personas	50
2.1.2.3.1 La comida como base de la unidad familiar	52
2.1.3 Los lenguajes del amor	56
2.1.4 La comida como lenguaje	58
2.1.4.1 La comida como lenguaje del amor	60
2.1.4.2 Conclusiones - ¿Es la comida el lenguaje universal del amor?	60

2.2 MEMORIA, LA NECESIDAD HUMANA DE NO SER OLVIDADO 62

2.2.1 Breve introducción a la memoria. Somos lo que recordamos.	62
2.2.1.1 ¿Por qué el hombre siente la necesidad de recordar?	62
2.2.1.2 ¿Por qué el hombre siente la necesidad de ser recordado?	65
2.2.1.3 ¿Cómo logra el hombre recordar y ser recordado?	66
La importancia de documentar tu vida	67
2.2.2 El poder de recordar a través de los sentidos	76
2.2.2.1 Las dimensiones sensoriales de la comida, fuente de recuerdos	78
2.2.2.1.1 Ratatouille	82
2.2.2.1.2 Los hermanos Roca	85

2.3 RECOPILATORIOS COMO SOPORTE EDITORIAL 98

2.3.1 El álbum familiar	98
2.3.1.1 Un breve acercamiento al formato	98
2.3.1.1.1 La evolución de los álbumes familiares	100
2.3.1.2 El trasfondo de los álbumes familiares	104
2.3.1.3 El álbum familiar como soporte editorial	106
2.3.2 El recetario como soporte editorial	110
2.3.2.1 Un breve acercamiento al formato	110
2.3.2.2 Recetarios estándar y tradicionales	111
2.3.2.3 Editoriales y publicaciones gastronómicas	116
So Good Magazine	120
Apicius	126
Moé Takemura	132
Food History	134
The In Vitro Meat Cook Book	135
Recipe Cards	138
Tapas	142
Club de Gourmets	144
Claudia Polo	150
Sandwich Book	158
2.3.3 Un formato híbrido - Álbum familiar y recetario	160
2.3.3.1 Los Recetarios	161
2.3.3.2 Carmen	164
2.3.3.3 ¿Y qué comemos mañana? - Tabletmes	167
2.3.4 Conclusiones acerca del mercado	170

2.4 CONCLUSIONES 172

0.3 DESARROLLO 174

3.1 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	174
3.2 CONCEPTO	175
3.3 ANTECEDENTES	176
3.4 TARGET	177
3.4.1 Tabletines. Un paso más cerca de la realidad	179
3.5 DESARROLLO CREATIVO. IDEACIÓN Y PREPARACIÓN	182
3.5.1 Cuaderno de Viaje	184
3.5.2 Moodboards	186
3.5.3 Estructura y Orden del Contenido	192
3.5.4 Formato	198
3.5.5 Dirección de Arte	200
3.6 DESARROLLO CREATIVO. PROCESO DE DISEÑO	202
3.6.1 Estilo Fotográfico	202
3.6.2 Estilo Ilustrativo	216
3.6.3 Estilo Gráfico	220
3.6.4 Uso del Color	228
3.6.5 Maquetación	234
3.6.6 Impresión y Encuadernado	236
3.7 RESULTADOS	238
3.7.1 Libro	238
3.7.2 Extras	238

0.4 ANÁLISIS DE RESULTADOS 246

0.5 CONCLUSIONES 250

0.6 BIBLIOGRAFÍA 254

BIBLIOGRAFÍA
WEBGRAFÍA
RECURSOS WEB

0.7 ANEXOS 264

Objetivos

Los objetivos del trabajo, que se exponen a continuación, son una declaración de intenciones sobre los resultados que se esperan alcanzar. Si se van cumpliendo los objetivos secundarios, se logrará completar a su vez la hipótesis u objetivo principal, que engloba a los demás.

OBJETIVO PRINCIPAL

Desarrollar un proyecto editorial híbrido, entre recetario y álbum familiar, que utilice la comida como vía a través de la que contar historias, documentar momentos, recordar y así dejar un legado.

OBJETIVOS SECUNDARIOS

TEÓRICOS

Definir y concretar los conceptos de "comida" y "cultura" a través de las investigaciones realizadas por otros autores, llegando a establecer relaciones vinculantes entre ambos.

Estudiar la teoría de "Los lenguajes del amor" de Gary Chapman para así elaborar sobre las posibilidades de la comida como vía de comunicación.

Analizar la manera en que funciona la memoria humana desde un punto de vista biográfico y sensorial, el porqué y los trasfondos de su relación con el concepto de identidad.

Investigar teórica y gráficamente, mediante el análisis de otros soportes editoriales tales como recetarios y álbumes fotográficos, las maneras a través de las que el ser humano busca preservar su identidad y sus recuerdos.

PRÁCTICOS

Diseñar y materializar un objeto físico de carácter editorial que aúne recetas y anécdotas personales a través de elementos gráficos, fotográficos e ilustrativos.

Documentar todo el proceso de creación y diseño a través de bocetos, moodboards e índices de contenido, entre otros.

Definir y aplicar una dirección de arte particular que englobe el mensaje, la esencia y la estética del proyecto, de manera que resulte en un todo coherente.

metodología

Para poder cumplir los objetivos previamente detallados, es necesario desarrollar una metodología, es decir, un esquema de trabajo que actúe a modo de guía. Esta se estructura en tres partes complementarias que se irán llevando a cabo de manera transversal: [Investigación teórica - Investigación práctica - Metodología creativa].

INVESTIGACIÓN TEÓRICA

Se consultarán los libros y extractos pertinentes para responder a las cuestiones planteadas en el estado de la cuestión, elaborando de tal manera una bibliografía científica propia de un trabajo de investigación.

Se leerán artículos electrónicos y visitarán webs de toda índole (de contenido audiovisual inclusive) que nutran al proyecto y sirvan a sus intereses.

Se investigará acerca de la comida, la cultura y los lenguajes del amor hasta lograr dar respuesta a la pregunta "¿Es la comida el lenguaje universal del amor?" Para así hacerlo de manera fundamentada, se destaca el libro "Los cinco lenguajes del amor" de Gary Chapman, así como las investigaciones de Marisela Hernández acerca de las dimensiones de la comida, y el libro "La comida como cultura" de Massimo Montanari.

Se continuará indagando acerca de la memoria, su importancia para la identidad del hombre y sus vínculos con los sentidos a través de libros como "La memoria y la vida" de José María Ruiz-Vargas y "Memoria e identidad" de Joel Candau. También se le dará especial importancia al documental "Sembrando el futuro" de BBVA y el Celler de Can Roca.

INVESTIGACIÓN PRÁCTICA

Se analizará el contenido y el diseño de recetarios de múltiples naturalezas y formatos, así como de otro tipo de publicaciones gastronómicas, tales como las revistas "So Good Magazine" o "Tapas". De este modo, se realizará una comparación entre diversos proyectos que faciliten la visualización y comprensión del mercado editorial actual.

Se revisarán y examinarán proyectos editoriales recientes que traten la idea de comida como lenguaje y como recurso narrativo, véase "¿Y qué comemos mañana?" de la editorial Tabletimes.

METODOLOGÍA CREATIVA

Se documentará y dejará constancia de todo el proceso de trabajo. Para ello, se realizarán bocetos y apuntes manuales en un cuaderno de viaje a lo largo de todo el proceso.

Se realizará una tabla de contenidos que se mantendrá viva a medida que avance el proyecto.

Se realizarán moodboards inspiracionales que ayuden a definir el estilo del libro.

Se elaborarán ilustraciones artísticas experimentando con diversos pinceles digitales en la aplicación "Procreate".

Se recopilarán fotografías familiares (de la autora) para revisar, editar e incluir en el diseño final.

Se realizarán fotografías originales con una cámara réflex digital y se editarán en "Adobe Photoshop".

Se maquetará todo el contenido en "Adobe InDesign", empleando

retículas y aplicando la dirección de arte establecida para unificar todas las páginas entre sí en lo que a estilo formal y artístico respecta (filtrando qué y cómo se incluye en el diseño final).

Se experimentará con las tipografías y la maquetación hasta dar con un resultado final convincente y coherente donde se pueda palpar la dirección artística definida.

Se imprimirá el diseño final de acuerdo a los requisitos marcados, es decir, respetando las dimensiones, tintas y materiales ideados.

Se comenzará a enfocar y presentar el proyecto al mercado real. Para ello, será necesario ponerse en contacto con editoriales afines a los valores de la propuesta.

Estado de la Cuestión

El marco teórico que se presenta a continuación es fundamental para comprender la importancia del proyecto, la base desde la que parte y aquello a lo que aspira. La investigación realizada en este mismo apartado abarca distintos campos de conocimiento de manera concreta y específica, se detiene en los puntos necesarios y profundiza en ellos para que finalmente confluyan en el resultado final.

Este estado de la cuestión se estructura en tres grandes bloques: *Comida*, *Memoria* y *Soporte Editorial*, cada uno dividido en apartados y subapartados más detallados según el concepto a tratar.

2.1 ¿ES LA COMIDA EL LENGUAJE UNIVERSAL DEL AMOR?

Este primer gran bloque de los tres que conforman el marco teórico tiene una única premisa, que es lograr responder con fundamento a la pregunta que tiene por título, ¿es la comida el lenguaje universal del amor? Para ello, se diseccionará cada parte de esa misma cuestión y profundizará sobre ella.

2.1.1 LAS DIMENSIONES DE LA COMIDA, ¿A QUÉ NOS REFERIMOS AL HABLAR DE COMIDA?

Lo primero que se debe hacer es definir y concretar claramente qué se entiende por el concepto de "comida", pues aun siendo esta precisa, cotidiana y familiar, el lenguaje que da cuenta de ella es inexacto, polisémico y metafórico¹. Su campo semántico es complejo, está repleto de expresiones y figuras literarias que juegan con los dobles sentidos, ejemplo de ello son las siguientes metonimias: "La palabra plato designa tanto al continente como al contenido. Y llamamos comida no sólo a lo que contiene una olla o un plato, sino a la situación completa, a aquella que irradia hacia y desde el plato en términos por ejemplo de hora: desayuno, almuerzo y cena, [...] y de muchos otros sentidos

posibles."² Sin ser necesario enumerar y explicar todas y cada una de las acepciones del término, pues son usadas popularmente, sí que es preciso conocer su origen y el motivo de ello. ¿Por qué se le atribuyen tantas interpretaciones a la comida?

El amplio espacio imaginario que abarca actualmente la comida y las ideas asociadas a ella son tanto reflejo como fruto de la evolución biológica y social del ser humano. La imagen rutinaria que es un plato de comida sobre una mesa, usualmente desapercibido y carente de apreciación, realmente acarrea un enorme significado a todos los niveles³.

¹ HERNÁNDEZ, Marisela (2007). "En torno a un plato de comida: Aproximaciones al mundo de la comida y el comer". *Espacio Abierto*, vol. 16, N.º 2, pág. 249. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=12216204>.

² Íbidem.

³ Íbidem.

El descubrimiento del fuego podría considerarse el principio de todo para el hombre, pues le dio el poder de controlar la naturaleza que le rodeaba. Fue este el que le permitió cocinar sus alimentos, estableciendo ya una jerarquía con respecto al resto de animales. El fuego y la consecuente cocción y preparación de los alimentos han sido, desde los inicios de la humanidad, un elemento identitario del hombre, sin el que no se puede concebir su propia evolución y civilización. Por ello, generalmente, lo crudo se asocia a lo primitivo, al rechazo de la civilización y de la soledad⁴.

La costumbre, ahora habitual, de comer alrededor de una mesa y sentados en una silla, es consecuencia histórica de la formalización y el refinamiento del acto de comer, que estalla con el control del fuego y se consolida con la individualización del servicio. Dicho cambio de paradigma se vuelve efectivo cuando se comienza a servir la comida fuera del recipiente donde se había preparado, un proceso importante que dio sentido y aumentó el valor de la comida en sí. Eso fue posible gracias al desarrollo de los utensilios, cubertería y vajilla, que pasaron a tener su lugar en el hogar y en la mesa, adquiriendo su

orden propio de colocación, el cual varía según las distintas culturas... En Occidente, cuchara y cuchillo a la derecha del plato y tenedor a la izquierda. La aparición de dicho orden no es más que el resultado del progreso tecnológico y social del ser, el cual ha derivado en el establecimiento universal de normas y rituales propios que le aportan importancia al suceso aparentemente cotidiano e impulsado por la mera supervivencia que es comer⁵.

Aunque ya los cristianos y los antiguos griegos dieron pauta a este ritual, fue la burguesía del siglo XIX quien le dio la solemnidad al entorno propio de la comida. Así se hizo al crear el comedor, apartado de la cocina, al refinar y decorar las mesas, guardar las vajillas en vitrinas... Esta separación de labores e incluso estancias se consolidó en la riqueza de la burguesía europea, pero fue en los Estados Unidos del siglo XX cuando se democratizó y puso al alcance de todos. Nace y se atribuyen condiciones al papel de la ama de casa, estando la mayoría de ellas ligadas a sus capacidades culinarias y de preparación de la mesa, que eran muestra de su trabajo y amor hacia su familia⁶.

4 MONTANARI, Massimo (2004). *La comida como cultura*. Gijón: Ediciones Trea.

5 HERNÁNDEZ, Marisela (2007). "En torno a un plato de comida: Aproximaciones al mundo de la comida y el comer". *Espacio Abierto*, vol. 16, N.º 2, pp. 243-260. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=12216204>.

6 *Ibidem*.

Este breve resumen de los avances que han tenido lugar en la vertiente tecno-social, que no gastronómica, de la comida, demuestran por qué esta no se puede limitar a una sola acepción, pues lleva consigo siglos de historia. De este modo, se entiende el trasfondo de todos los elementos y momentos implicados, su germen justifica su porqué y le añade peso a una experiencia que, teóricamente, solo sirve para nutrir al ser.⁷ "Sean antiguas, cristianas, burguesas o proletarias, en cualquier época y lugar, una mesa que se pone con esmero y que alberga platos donde el afecto se presente, añade sabor a la comida."⁸

"Desde estas perspectivas adquiere valor un "simple" plato de comida, una olla que guisa, unas manos que mezclan, una mesa (no) decorada, un suspiro que saborea, una comida amarga en todos los sentidos. El plato, la olla, la mesa, las manos, el rostro, las palabras e historias dicen mucho a quien se detenga a escucharlos, a mirarlos, a probarlos."⁹

La comida es interdimensional, pues es una idea transversal en lo que a naturaleza, sociedad y psicología respecta, entre muchos otros

7 *Ibidem*.

8 *Ibidem*, pág. 248.

9 HERNÁNDEZ, Marisela (2007). "Deleites y sinsabores de la comida y el comer: situando el tema". *Atenea*, N.º 496, pp. 50-51. Recuperado de: <https://www.scielo.cl/pdf/atenea/n496/Atenea%20496.pdf#page=41>.

campos destacados. Es por ello que, de ahora en adelante, siempre que se emplee el término "comida" se hará de manera amplia y global, teniendo en cuenta sus implicaciones y todos sus posibles significados. En el diccionario de este proyecto, "comida" hace referencia a todo lo relacionado con el acto de sentarse a una mesa a comer, desde el alimento que se encuentra sobre el plato hasta el espacio de tiempo que todo el ritual consume: comprar los ingredientes, cocinarlos, poner la mesa, comer la comida, estar (o no) de sobremesa y quitarla. Cabe destacar que, si en algún momento se emplea el término de manera que no engloba a todo lo mencionado anteriormente, se indicará claramente realizando una especificación a la acepción referida. De lo contrario, se debe dar por hecho que se desea abarcar todas las dimensiones imaginables relacionadas con la comida.

2.1.2 LA UNIVERSALIDAD DE LA COMIDA

Tal y como se ha expuesto previamente, comer es una de las necesidades básicas del ser humano, pues es vital para todo individuo. En la simpleza de dicha evidencia se encuentra uno de los varios puntos de unión mundiales. Todo el mundo, independientemente de su lugar de nacimiento, raza, edad y demás cualidades, come. No obstante, dichos factores, entre muchos otros, sí que son determinantes a la hora de comprender las diferencias entre los hábitos alimenticios a nivel mundial.

Se comenzará indagando sobre el concepto de "cultura", y en los próximos subapartados se explorará la comida desde dos perspectivas tanto amigas como contradictorias. Por un lado, la comida como elemento diferencial entre culturas, y por otro, como nexo entre personas.

2.1.2.1 ¿QUÉ ES LA CULTURA?

La idea que se tiene por cultura hoy en día es mucho más amplia que la de antaño, que se ceñía a lo que se conoce como "cultura humanista", es decir, la alta cultura, vinculada al arte y la espiritualidad¹⁰.

El nacimiento de la antropología en el siglo XIX supone una revolución en el estudio de este campo. "La antropología analiza las prácticas culturales ordinarias de la «gente común» como miembros de la sociedad mientras que la concepción humanista focaliza el interés en el estudio de las prácticas «espirituales» de las «clases altas»"¹¹.

De la mano de dicho avance, surge la llamada "cultura antropológica", que es el conjunto de expresiones y realizaciones del hombre en sociedad. Desde esta óptica, se puede hablar de cultura como el conjunto de las manifestaciones y producciones específicas de una colectividad en el terreno intelectual, moral, folclórico e, incluso, material. Este cambio de paradigma que se aleja de todo tipo de elitismo resulta muy importante a la hora de aceptar que todo grupo humano y social tiene su cultura.¹²

¹⁰ BUSQUET, Jordi (2015). *La cultura*. Barcelona: Editorial UOC, pág. 9.

¹¹ *Ibidem*, pág. 24.

La cultura antropológica es a la que haremos referencia en este estudio, y consta de seis características:

- La cultura es constitutiva. Esta afirmación se refiere a que la cultura es uno de los elementos primordiales para la concepción del ser humano, sin ella, su papel en sociedad carecería de sentido. La cultura (en su concepción antropológica) conforma al hombre, le aporta orden, estabilidad y sentido a la vida¹³.
- El hombre es un ser biológico, de modo que debe obedecer a sus instintos relacionales y vivir acompañado. Cuando logra adaptarse al medio, puede seguir desarrollándose biológicamente¹⁴. "Cada una de sus relaciones [del hombre] humanas con el mundo - la vista, el oído, el olfato, el gusto, el tacto, el pensamiento, la contemplación, el sentimiento, la voluntad, la actividad, el amor - en resumen, todos los órganos de su individualidad son, de inmediato, sociales; son, en su comportamiento objetivo o en su relación con el objeto, la apropiación de este, de la realidad humana."¹⁵

¹² *Ibidem*, pág. 23.

¹³ *Ibidem*, pág. 25.

¹⁴ *Ibidem*.

¹⁵ MARX, Karl (1962). *Manuscrito del 1844*. Ed. Sociales, pág. 91.

¹⁶ BUSQUET, Jordi (2015). *La cultura*. Barcelona: Editorial UOC, pág. 25.

¹⁷ LEONTIEV, Alexei (2013). *El hombre y la cultura*. Barcelona: Martínez Roca, S.A.

¹⁸ BUSQUET, Jordi (2015). *La cultura*. Barcelona: Editorial UOC, pág. 26.

• La cultura tiene un carácter histórico. "La cultura es fruto de la historia y se debe entender como resultado del cambio permanente."¹⁶ Muestra de ello son las costumbres y tradiciones. El ser humano existe y se desenvuelve en sociedad, no existe sin los demás y es, por ende, un sujeto recopilatorio de todos aquellos que han existido antes que él, así como un medio para aquellos que le sucedan. El hombre encuentra su identidad en la cultura y la cultura bebe del hombre, son conceptos indivisibles que se retroalimentan el uno al otro¹⁷.

• La cultura tiene una dimensión objetiva, es decir, se plasma y transmite mediante normas, pautas de comportamiento y elementos relativamente homogéneos que se dan por supuestos, véase el lenguaje verbal como forma principal de comunicación o la costumbre de criar a los hijos en una especie de ambiente familiar¹⁸. Estos son los denominados «universales culturales», que son rasgos culturales compartidos por toda la humanidad. Aun con la gran diversidad de culturas que existen, estas siempre permanecen unidas gracias a ellos. Independientemente

de dónde se viva, estos rasgos culturales universales son compartidos.¹⁹

- La cultura tiene una dimensión subjetiva que viene dada por el proceso vital de la socialización, a través del cual cada individuo adopta unos valores propios, una forma personal de sentir y pensar, inevitablemente influenciada por su comunidad.²⁰

- La cultura es un sistema de símbolos. "El antropólogo estadounidense Clifford Geertz considera la cultura como la red de significados que envuelve la humanidad."²¹ Cada grupo, pueblo o nación, al fin y al cabo, se identifica con ciertos elementos que acaban actuando a modo de símbolo, pues su imagen se asocia a ellos. Por ejemplo, la paella nos transporta a Valencia y el gazpacho a Andalucía. No hay una explicación demasiado racional y científica que lo justifique, simplemente "se trata de información que se transmite - por vía oral o escrita - de generación en generación."²²

Teniendo ahora claro a qué nos referimos al hablar de cultura, merece la pena visitar los orígenes etimológicos del término. Busquet

explica que sste proviene de la palabra latina colo (de colere) y significaba el cultivo de la tierra. Paulatinamente, pasó a significar el cultivo de la mente y del espíritu, adquiriendo así un sentido metafórico.²³ "En definitiva, la cultura es un marco de referencia complejo constituido por tradiciones, creencias, valores, normas, símbolos y significados compartidos por los miembros de una comunidad."²⁴ Expresándose de manera resumida y sencilla, "la cultura es el modo de vida de una sociedad"²⁵, "es el mundo propio del hombre, en oposición al mundo natural"²⁶. Por ende, es un elemento identitario del ser que le diferencia del resto de animales.

Cabe destacar que toda cultura se define en referencia a un grupo social que vive en unas circunstancias temporales y espaciales concretas²⁷, lo que deriva en la abundancia y pluralidad de las mismas. Además, toda sociedad está en contacto con otras sociedades y, por tanto, toda cultura es susceptible de ser influida por otras formas culturales²⁸. Busquet, partiendo de las siguientes palabras del escritor Edward Said, señala que el mestizaje forma parte de todas las culturas: "Todas las culturas están en relación unas con otras, ninguna es única y pura, todas

son híbridas, heterogéneas, extraordinariamente diferenciadas y no monolíticas."²⁹ De su propio cultivo, después, añade que: "Es necesario insistir en que las sociedades actuales no son culturalmente homogéneas. Dentro de una misma sociedad pueden coexistir grupos de diversas culturas y etnias que conviven y rivalizan."³⁰

Por último, cabe añadir que la particularidad de cada cultura es especial, es por ello que se parte del principio antropológico que dice que, para comprender verdaderamente una cultura, hay que conocerla internamente³¹, investigarla empíricamente respetando sus hábitos y modos de operar³².

19 Íbidem, pp. 27-28.

20 Íbidem, pág. 26.

21 Íbidem.

22 Íbidem.

23 Íbidem, pág. 10.

24 Íbidem, pág. 27.

25 Íbidem, pág. 24.

26 ALTIERI, Angelo (2001). "¿Qué es la cultura?" *La Lámpara de Diógenes*, vol.2, N.º 4, pág. 15. Recuperado de: <https://agcollege.edu.mx/literaturas/Qu%E9%20es%20la%20cultura.pdf>

27 BUSQUET, Jordi (2015). *La cultura*. Barcelona: Editorial UOC, pág. 27.

28 Íbidem.

29 SAID, Edward (1993). *Culture and imperialism*. Londres: Chatto and Windus.

30 BUSQUET, Jordi (2015). *La cultura*. Barcelona: Editorial UOC, pág. 29.

31 Íbidem.

32 Íbidem, pág. 27.

2.1.2.2 LA COMIDA COMO FACTOR CULTURAL DETERMINANTE

Hipócrates, junto con otros médicos y filósofos antiguos, fue uno de los primeros en diferenciar a la comida del alimento, pues la denominaron "cosa no natural" (*res non naturalis*), es decir, como algo artificial, elaborado y manipulado por el hombre. A diferencia de lo que hacen el resto de animales, el ser humano no se conforma con recolectar o cazar sus alimentos y consumirlos directamente, sino que ambiciona crear algo nuevo. La cocina nace de dicha ambición de transformar lo natural, prepararlo y acondicionarlo al gusto humano³³. Por tanto, con esta nueva información y según la definición que habíamos establecido de la cultura, es innegable que la comida forma parte de ella. También es cultura todo el proceso relacionado con la comida: su preparación (la cocina) y su consumición, ambas condicionadas por factores económicos, nutritivos, emocionales o incluso simbólicos³⁴.

Aunque el acto de comer es uno de los denominados "universales culturales", todo aquello que lo rodea es específico y distinto para cada

grupo social. Por ese mismo motivo, una de las maneras más genuinas de aproximarse a una cultura y conocerla es a través de su gastronomía, adentrándose en su recetario para impregnarse de sus sabores. La siguiente explicación de Montanari ilustra a la perfección aquello a lo que nos referimos:

Como la lengua hablada, el sistema alimenticio contiene y transporta la cultura de quien la practica, es depositario de las tradiciones y la identidad del grupo. Constituye por tanto un extraordinario vehículo de autorrepresentación y de intercambio cultural: es instrumento de identidad, pero también el primer modo para entrar en contacto con culturas diferentes, ya que comer la comida de los demás es más fácil - al menos en apariencia - que descodificar su lengua. La comida se presta, más aún que la palabra, a mediar entre culturas diferentes, abriendo los sistemas de cocina a cualquier tipo de inventos, intercambios y contaminaciones.³⁵

Como bien dice Montanari, "la comida se configura como un elemento decisivo de

33 MONTANARI, Massimo (2004). *La comida como cultura*. Gijón: Ediciones Trea, pág. 9.

34 Íbidem.

35 Íbidem, pág. 110.

la identidad humana Y como uno de los instrumentos más eficaces para comunicarla."³⁶ De este modo, queda claro que los platos típicos de cada país, así como su manera de prepararlos y consumirlos, son un símbolo identitario y representativo del mismo. La relación entre ambos es nutritiva y recíproca, por decirlo de algún modo, ya que las recetas son un reflejo de los habitantes del país, al igual que ellos son un reflejo de dichos platos. Evidencia de ello es que, aun existiendo los mismos ingredientes en todo el mundo, cada país ha hecho con ellos cosas diferentes. "La gastronomía es una forma de generar identidad; a nivel internacional, la mayoría de los países se distinguen por un platillo: Italia por las pastas, Japón por el sushi, Argentina y Brasil por sus carnes asadas."³⁷

Habiendo ya establecido que la comida es uno de los factores fundamentales a la hora de definir y contextualizar una cultura, podemos comenzar a investigar de qué dependen dichas diferencias gastronómicas, sus consecuencias sociales y viceversa.

36 Íbidem, pág. 9.

37 XUXELY, Frida (2017). "La comida como cultura" pág. 1. *Comunicación, cultura y formas de pensamiento*.

2.1.2.2.1 LOS HÁBITOS GASTRONÓMICOS Y SU RELACIÓN CON LA FORMA DE VIDA DE UNA CULTURA

**“Dime qué comes y te diré quién eres”³⁸
- Brillat-Savarin**

En este apartado profundizaremos sobre los factores que determinan los hábitos gastronómicos de los grupos culturales y las consecuencias que los mismos tienen sobre el carácter y las costumbres de sus habitantes. Esto se hará considerando que beben el uno del otro, es decir, que funcionan siguiendo un esquema circular en el que todo está relacionado.

Como ya se ha demostrado previamente, el modo de vida del ser humano está íntimamente ligado a su alimentación, determinada por innumerables factores. Teniendo en cuenta la dificultad de acotar dichas variables, se tratará de hacer alusiones a las más relevantes.

A pesar de que ya se ha mencionado, es necesario recalcar el factor histórico, pues es el que ha determinado buena parte de la cultura gastronómica de cada región tal y como la

conocemos actualmente. La manera en la que las primeras civilizaciones obtenían su alimento y lo preparaban con aquello que tenían a su alcance fue clave, pues es el germen de la autenticidad local que tanto se anhela hoy en día³⁹. Los recursos económicos y medioambientales, las plantas y los animales autóctonos de cada zona, así como el clima, son los que han verdaderamente condicionado la identidad gastronómica de los pueblos. Se pueden dar ejemplos de vínculos ya inquebrantables entre región e ingrediente, véase la India y el curry o Noruega y el salmón, que acompañados de ciertas normas sociales, han configurado la identidad cultural y gastronómica de la zona.

“Una comida difiere de otra esencialmente por la significación de los momentos, lugares, y formas de preparar y servir los alimentos. Todo esto forma parte de la cultura de un pueblo representando su identidad, y de acuerdo con la cultura se ajusta a diferentes normas y valores.”⁴⁰

¿A qué nos referimos al hablar de normas o rituales? Son todos los comportamientos humanos con relación a la manera de preparar y consumir la comida que se han normalizado y

estandarizado dentro de un grupo, conformando así un hábito propio y definitorio de una cultura. Algunas de las mencionadas normas serían el dónde se come, con qué se come, las restricciones y prohibiciones alimenticias (muchas veces condicionadas por cuestiones religiosas), el gusto, etc. Por ejemplo, la vaca es un animal sagrado y por ello intocable para los hindúes, igual que el cerdo para los musulmanes.⁴¹ El hecho de que los tacos se coman con las manos, sin cubiertos, es otro ritual, un código de conducta socialmente aceptado que no se considera sucio ni informal porque se sobrentiende su origen⁴².

Los horarios de las comidas en cada país son también un reflejo del estilo de vida y la mentalidad de sus habitantes, al igual que la duración de las mismas. Es reflejo de ello la comparación entre los países del norte y sur de Europa, cuyas diferencias climáticas, económicas e ideológicas se reflejan en sus horarios de comidas y las relaciones sociales implícitas con ellas (se profundizará más en el próximo apartado). Se podría decir que la comprensión de las distintas normas culturales justifica ciertos modales y comportamientos en la mesa.

Como bien explica Marisela Hernández, “por ser simbólico, comer es igualmente un acto que sirve para funcionar en sociedad: se come con arreglo a normas que se concretan en permisos y prohibiciones tales como horarios, lugares y modales; y se invita a la mesa para compartir, negociar, ostentar o dominar (entre otras posibilidades)”⁴³.

Los autores Franco y Bourdieu también incluyen a otros factores condicionantes de los hábitos culinarios dentro de la ecuación, como la clase social, la raza, la religión, la edad, la educación, la salud y el ambiente social. Consecuencia de dicho cúmulo, se puede llegar a afirmar que el gusto es formado socialmente y no individualmente⁴⁴. Por ejemplo, los mexicanos tienen una mayor tolerancia al picante que los europeos porque se han criado comiéndolo y su gusto se ha configurado de dicha manera.

Para acabar de cerrar esta reflexión, es necesario sacar a relucir la globalización y cómo esta ha impactado en la alimentación a nivel mundial y los hábitos alimenticios. Por una parte, este fenómeno innegable a día de hoy supone una amenaza para la tradición y las costumbres

38 BRILLAT-SAVARIN, Jean Anthelme (2012). *Fisiología del gusto*. Gijón: Ediciones Trea.

39 NUNES DOS SANTOS, Cristine (2007). “Somos lo que comemos. Identidad cultural, hábitos alimenticios y turismo.” *Estudios y perspectivas en turismo*, vol. 16, pág. 235. Recuperado de: <http://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v16n2/v16n2a06.pdf>.

40 Íbidem, pág. 240.

41 Íbidem, pág. 235.

42 XUXELY, Frida (2017). “La comida como cultura”, pág. 4. *Comunicación, cultura y formas de pensamiento*.

43 HERNÁNDEZ, Marisela (2007). “Deleites y sinsabores de la comida y el comer: situando el tema”. *Atenea*, N.º 496, pág. 49. Recuperado de: <https://www.scielo.cl/pdf/atenea/n496/Atenea%20496.pdf#page=41>.

44 NUNES DOS SANTOS, Cristine (2007). “Somos lo que comemos. Identidad cultural, hábitos alimenticios y turismo.” *Estudios y perspectivas en turismo*, vol. 16, pág. 235. Recuperado de: <http://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v16n2/v16n2a06.pdf>.

alimenticias, pues deben competir con las cadenas de comida rápida que aceleran el ritual y optan por comer mientras se realizan otras actividades en lugar de dedicarle su momento propio, como si fuera una actividad secundaria, un mero trámite. Por otro lado, se aprecia que el fácil acceso que hay ahora a platos de otras regiones no está reñido con la valoración de los locales, pues, como dice Dos Santos, sería más fácil que en China se olvidaran del socialismo antes de abandonar el arroz⁴⁵.

Desde las ideas de Sidney Mintz, Nunes Dos Santos determina que: "El hecho de que tantas personas de sociedades descritas como extremadamente conservadoras estén dispuestas a probar comidas radicalmente distintas a su cultura es una evidencia de que los comportamientos relativos a la comida pueden ser, al mismo tiempo, los más flexibles y los más arraigados de todos los hábitos."⁴⁶

Algo positivo resulta de la aparición y el éxito mundial del fast food y las comidas precocinadas, y es el aumento de la apreciación por lo local, genuino y elaborado desde cero. Este es uno de los grandes motivos por los que la gastronomía se

ha convertido en otra atracción turística, porque experimentar una cocina tradicional y regional que no está contaminada por la rapidez de la vida moderna, se ha vuelto un privilegio⁴⁷.

"Lo diferente se vuelve original, encantador y la identidad local se fortalece."⁴⁸

Para concluir, se puede establecer que los hábitos alimentarios, tanto a nivel individual como colectivo, vienen determinados por las condiciones geográficas, climáticas y económicas locales, además de sufrir la influencia de cambios socioculturales⁴⁹. "La cultura gastronómica revela las tradiciones, costumbres alimentarias y productos de la tierra, apuntando a las diferencias de las cocinas regionales expresadas a través de los hábitos alimentarios, las recetas y los sabores locales."⁵⁰ Por ende, dichos hábitos son un reflejo del estilo de vida de quien los practica.

45 Íbidem, pág. 237.

46 Íbidem.

47 NUNES DOS SANTOS, Cristine (2007). "Somos lo que comemos. Identidad cultural, hábitos alimenticios y turismo." *Estudios y perspectivas en turismo*, vol. 16, pp. 238-239. Recuperado de: <http://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v16n2/v16n2a06.pdf>.

48 Íbidem, pág. 239.

49 Íbidem, pág. 241.

50 Beluzzo, R. A. (2004) "Valorização da cozinha regional". In: Araujo, W. M. C.; Rezende, A. P.; Tenser, C. M. R.; Pilla, N. V. & Flausino, M. C. *Coletânea de palestras de gastronomia e segurança alimentar*. UnB, I Congresso Brasileiro de Gastronomia e Segurança Alimentar, Brasília



[fig. 1] Cena de celebración del nacimiento de Casa Maricruz (2021)

2.1.2.2.2 HÁBITOS GASTRONÓMICOS EN ESPAÑA

Hasta ahora se ha hablado del tema referido de manera amplia y genérica, ya que sería imposible detenerse en cada cultura y sus hábitos alimenticios. Únicamente se realizará esta excepción con España, pues es el país natal de la autora y sobre el que se basa el proyecto editorial en el que se desea resaltar su valor culinario y gastronómico.

España es un país con siglos y siglos de historia, muy rico y plural culturalmente y de los más interesantes a nivel gastronómico en la actualidad, prueba de ello son los resultados de los prestigiosos "Best Chefs Awards 2023", donde se elabora un ranking de los mejores cocineros y restaurantes a escala global. Trece de los cien galardonados son españoles, y lo que es todavía más llamativo es que tres de ellos se sitúan dentro del top cinco, por no mencionar que quien lidera la lista es el madrileño Dabiz Muñoz.⁵¹

Algo que comparten los grandes cocineros en España es el cariño por la tradición, sabiendo respetar el producto y cómo reinterpretar el recetario clásico para adaptarlo a los nuevos gustos e influencias multiculturales, cada vez más presentes en el país.⁵²

La dieta española es un referente a nivel mundial no solo por sus ingeniosos restauradores, sino también por su bagaje e integración con el medio y las personas que lo componen. Ya sabemos que las condiciones geográficas y climáticas de cada región afectan a su desarrollo gastronómico y sus hábitos, pero en el caso de España, ha habido otro factor determinante implicado en su desarrollo: las influencias de otras culturas. Cada una de las civilizaciones que han pasado por España ha dejado su huella en la cocina, visibles hasta el día de hoy. De los romanos destacamos ingredientes como el aceite de oliva, las conservas o el vino. De los árabes el impulso agrícola (tecnológico y culinario), el orden en el que degustamos las comidas (plato principal, segundo y postre) y alimentos como el arroz y las especias. América supuso el descubrimiento de un nuevo mundo también en lo que a gastronomía respecta, supuso la llegada del café, el tomate, la patata, el pimiento y otros ingredientes básicos en la cocina actual española⁵³. Gracias a dicho impacto y mezcla cultural, el recetario español de hoy en día es tan abundante y representativo del acogimiento, la diversidad, sociabilidad y apertura de su gente.

Habiendo indagado brevemente en el origen de la cocina española, ha llegado el momento de

51 Fuente: <https://thebestchefawards.com/top100-the-best-chef-2023/>

52 DELGADO, Fernanda (2023). *Cocina española e internacional*. Málaga: IC Editorial, aptdo. 21.

53 Íbidem.

profundizar en sus llamadas "normas", en aquellos hábitos alimentarios y sociales que caracterizan al país y lo diferencian de los demás.

¿Cuándo se come?

Los españoles organizan su día en torno a tres comidas principales - desayuno, comida y cena - y otras dos secundarias - el tentempié de media mañana y la merienda a media tarde. Así lo demuestra el gráfico nº1⁵⁴, relativo a un estudio realizado a casi 2 mil españoles por la Fundación Mapfre junto con el Instituto de Alimentación y Sociedad de la Universidad CEU San Pablo en el año 2022. La gran mayoría de la población no perdona el desayuno, la comida y la cena, mientras que el tentempié y la merienda, ya sean días laborables o festivos, actúan más bien a modo de complemento o se realizan de manera más ocasional.

Aunque dicha pauta resulta relativamente común, son las franjas horarias tardías y amplias (muy prolongadas en el tiempo) las que hacen de las comidas españolas algo único en comparación a sus vecinos. Tal y como muestran los gráficos de la segunda imagen⁵⁵, las comidas suelen darse de 14:00 a 15:30 y las cenas de 21:00 a 22:30. Este esquema alimenticio contrasta con muchos otros, en especial,

con los del resto de países europeos, observándose que dicha diferencia aumenta cuanto más al norte del mapa nos situemos⁵⁶.

De hecho, el paso de los años no ha cambiado esa costumbre, sino que solo ha prolongado el tiempo que los españoles le dedican a cada una de las comidas que realizan. Cada vez pasamos más tiempo sentados a la mesa, especialmente durante los fines de semana, cuando tenemos menos obligaciones y podemos ralentizar el ritmo de las actividades diarias. Así lo indica la figura 3⁵⁷, que refleja cómo la comida suele ser la pausa más larga (40 minutos aprox.), seguida por la cena (30 minutos aprox.) y el desayuno (20 minutos aprox.).

¿A qué se debe esta situación? Aunque no hay una única respuesta a esta pregunta, el principal motivo que lo explica sería que en España hay más horas de luz y el día "dura más". Esto es debido a que no se encuentra en la franja horaria que le correspondería con respecto a su posición geográfica, decisión con implicaciones políticas tomada por Franco durante la Segunda Guerra Mundial.

54 Anexo 1

55 Íbidem.

56 DÍAZ MÉNDEZ, Cecilia (2013). "La alimentación en la sociedad española." *Investigación y Ciencia*, pág. 58. Recuperado de: <https://fes-sociologia.com/uploads/public/Investigación%20y%20ciencia%20%202013-CECILIA.pdf>.

57 Anexo 1

¿Con quién se come?

Quien haya visitado España puede percatarse de que, para su gente, el acto de comer está marcado por la sociabilidad, siendo una característica integral del país, pues, como se aprecia al comparar los distintos gráficos entre ellos, las tendencias no varían aun con el paso del tiempo. El desayuno es, con diferencia, la comida más solitaria e independiente de las tres, y no es casualidad que, por ello, sea a la que menos tiempo se le suele dedicar. No obstante, tanto la comida como la cena se suelen realizar en compañía, normalmente, con la familia. En los gráficos de la figura 4⁵⁸ se puede observar cómo la cena es, independientemente del día de la semana, una comida que se realiza en compañía, pues los horarios y el ritmo de vida así lo permiten. Por el contrario, el resto de comidas, especialmente el desayuno, requieren de tranquilidad y una cierta planificación para no hacerse en soledad. El porqué de ello se sobreentiende en el siguiente subapartado que habla de dónde suelen comer los españoles⁵⁹.

¿Quién cocina?

Como suele suceder con las tareas domésticas, no solo en España, sino en todas las regiones del mundo, estas se asocian a la mujer. Es algo que lleva sucediendo desde la Prehistoria, cuando se estipula que los hombres iban a cazar y las mujeres preparaban la

comida. En la actualidad, siguen siendo las mujeres quienes se suelen ocupar de la alimentación de las familias españolas. Es más, en contraposición a la tendencia de comer acompañados, la actividad de hacer la compra suele ser individual y responsabilidad de quien luego va a manipular dichos ingredientes, es decir, la mujer⁶⁰.

“Según los datos de la Encuesta de Empleo del Tiempo del INE de 2012, reflejados en el gráfico de barras de la figura 5⁶¹, las mujeres españolas invierten de media una hora y tres cuartos al día en actividades relacionadas con la alimentación (cocinar, fregar, conservar, etcétera). Los varones, en cambio, a pesar de que un número relevante de ellos afirma poseer conocimientos culinarios, solo dedican a las mismas tareas una media de 55 minutos⁶².”

Aunque cabe destacar que, gracias al cambio de paradigma en los roles de género, este supuesto de que dichas actividades son femeninas está disminuyendo en favor de una igualdad entre hombre y mujer. Según datos del 2022, “9 de cada 10 personas tiene la responsabilidad de cocinar, ya sea de forma exclusiva o compartida.”⁶³ A pesar de que las mujeres sigan cocinando en mayor medida, los hombres, especialmente los pertenecientes a generaciones más

jóvenes, ya no asumen que dicha labor sea respectiva del género femenino. Ahora bien, aunque la figura del hombre empiece a ser más común en las casas de los españoles, son las mujeres las que le siguen dedicando más horas a hacer elaboraciones más complejas y laboriosas, como indica el siguiente gráfico. De todas formas, es necesario reconocer que el acercamiento al equilibrio en la cocina en lo que a géneros respecta, es cada vez una realidad más y más palpable.

¿Dónde se come?

De nuevo diferenciándose de la mayoría de países desarrollados de los que hay datos y estudios al respecto, los españoles prefieren comer en casa, hecho que explica por qué las personas con las que más comidas se suelen compartir sean los familiares. Esta preferencia es verdaderamente distintiva de las tendencias actuales provenientes de Estados Unidos y países nórdicos, donde cada vez es más habitual ver a personas comiendo en el coche o mientras caminan por la calle. Cabe destacar que, en España, por lo general, los horarios laborales más flexibles y elaborados con la comida en mente, permiten regresar a casa para comer⁶⁴. De no ser así, está muy normalizado el llevarse una fiambra con comida casera al trabajo o al sitio de estudio, manteniendo así un vínculo con el ámbito familiar⁶⁵.

No obstante, cabe mencionar que, de la mano del desarrollo económico del país, cada vez es más común dedicarle más tiempo y dinero a comer fuera del hogar. “Si se analiza el caso español, las Encuestas de Presupuestos Familiares del Instituto Nacional de Estadística (INE) revelan que, durante los años ochenta, los españoles dedicaban en torno a un 30 por ciento del presupuesto familiar a comer en casa y un 6 por ciento a hacerlo fuera. En 2012, sin embargo, ese gasto correspondía a un 15 y un 9 por ciento, respectivamente.”⁶⁶ Los últimos datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación apoyan dichas declaraciones y demuestran la proclividad a consumir fuera del hogar. Así se puede ver en la figura 7⁶⁷, al igual que se puede apreciar un cambio de hábitos en el año 2020 a causa de la pandemia, que provocó una recesión del consumo a favor de las comidas caseras.

Dicho incremento se vincula al cambio del papel de la mujer durante los últimos años, que va estando más presente en la sociedad y abandonando el rol de ama de casa. La incorporación de la mujer al trabajo ha aumentado el número de veces y ocasiones en las que se come fuera del hogar, no solo porque ella carece de tiempo para preparar la comida de la familia, sino también por el incremento de la renta⁶⁸.

58 Íbidem

59 DÍAZ MÉNDEZ, Cecilia (2013). “La alimentación en la sociedad española.” *Investigación y Ciencia*, pág. 59. Recuperado de: https://fes-sociologia.com/uploads/public/Investigación%20y%20ciencia%20%202013_CECILIA.pdf.

60 Íbidem.

61 Anexo 1

62 DÍAZ MÉNDEZ, Cecilia (2013). “La alimentación en la sociedad española.” *Investigación y Ciencia*, pág. 59. Recuperado de: https://fes-sociologia.com/uploads/public/Investigación%20y%20ciencia%20%202013_CECILIA.pdf.

63 GARCÍA, Nacho; SALINAS, Nieves (2023). “¿Cómo comemos los españoles? Solos, frente a una pantalla y con

productos más baratos y de peor calidad.” *El Periódico de España*. Recuperado de: <https://www.epe.es/es/sanidad/20230301/alimentacion-espanoles-informe-83887427>

64 Íbidem, pág. 58.

65 Íbidem, pág. 61.

66 Íbidem, pág. 56.

67 Anexo 1

68 GUERRA, José Luis (2009). “El sector de la restauración en España”. *Distribución y Consumo*, pág. 34. Recuperado de: https://www.mapa.gob.es/ministerio/pags/biblioteca/revistas/pdf_DYC/DYC_2009_103_32_39.pdf.

En el siguiente gráfico del anexo se pueden observar los motivos y las ocasiones más comunes por los que los españoles comen fuera de casa. Como se puede analizar y también confirman los expertos, la mayoría de las salidas suceden los fines de semana: "3 de cada 4 come alguna vez fuera de casa los días de diario, y cerca de 9 de cada 10 los fines de semana."⁶⁹ Es notorio que el hecho de salir a comer fuera de casa no supone una negativa al hecho de quedarse en ella, sino una inclinación a socializar. Las cifras así lo indican, pues, los días de diario, la gran mayoría de los encuestados comen fuera por "obligación" y solo un 23% por comodidad, dando a entender que, si pudieran, lo harían en casa. Así pues, podemos anticipar que el ocio y lo social son razones de peso en la toma de decisiones de los españoles en lo que a sus hábitos alimentarios respectan.

¿Qué se tiene en cuenta al comer y al cocinar?

La dieta española está enmarcada dentro de la denominada "mediterránea", que se caracteriza por emplear productos de dicha zona como base en sus platos, excluyendo otros. El mejor ejemplo para ilustrar a qué se refiere dicha afirmación es la normalización del uso del aceite de oliva,

producto de gran calidad y cultivado en cercanía, en lugar de la mantequilla, como suele ser habitual en otros países. La "dieta mediterránea", modificada al gusto de la cultura española, es una concepción que está totalmente normalizada entre los habitantes de la región. Es más, se observa que tampoco existe ninguna intención de cuestionarla ni ponerla en duda, pues se considera una de las más saludables que existen por ser variada, equilibrada y muy sabrosa. Tal y como demuestran las encuestas⁷⁰, hay una cultura alimentaria común en la que se prioriza el disfrute y lo saludable de los platos, facilitando así la composición de los menús diarios⁷¹. Aunque cada vez se prioriza más la salud, así como la facilidad de preparación de los platos, cabe destacar que el gusto de los comensales es siempre, en todos los años de los que hay datos, el factor más importante que se tiene en cuenta. Los españoles, en general, se sienten orgullosos de sus hábitos alimenticios y por ello suelen afirmar que, "como en España no se come en ningún sitio".

Con respecto a la ya mencionada globalización, se aprecia que los españoles se aproximan a ella con cautela en el aspecto gastronómico,

por lo menos en la parte doméstica del mismo. Cuando en países con gran influencia, como Estados Unidos, abundan los precocinados y la comida rápida dentro de su dieta cotidiana, en España sigue existiendo cierto recelo hacia ellos, priorizándose siempre los alimentos frescos, las conservas o los congelados⁷².

En los gráficos que continúan (figs. 12, 13 y 14)⁷³, que muestran dónde los españoles compran su comida desde 2012 hasta 2023, se puede observar lo siguiente. En líneas generales, los supermercados son el sitio adonde acuden a hacer sus compras semanales, seguidos por las tiendas "de toda la vida", tradicionales. A estas últimas tienden a ir para adquirir los alimentos frescos y productos de cercanía, aunque cada vez la predilección es ligeramente mayor hacia las grandes superficies debido a la comodidad que estas suponen. Aun así, es notorio que, a lo largo de los últimos once años, los hábitos de compra de la población apenas han variado y se han mantenido bastante estables. Esto denota el aprecio que se tiene en España hacia lo que se come, las ganas de conservar el buen hacer de antaño y la consciencia hacia la parte nutritiva de su alimentación. Es cierto que esto varía en

función del comensal, que se ve condicionado por su renta y capacidad económica, pero, en líneas generales, los consumidores españoles son exigentes con la calidad de los alimentos que ingieren y su preparación. En consecuencia, optan por métodos de cocción saludables y que respeten al producto, véase la plancha, el horno o el vapor, como representa la imagen de la figura 15⁷⁴. Hay un interés social en preservar la identidad y cultura alimentaria, y por ello se trabaja por conservar las formas locales de producción, próximas al ciudadano y ligadas al territorio⁷⁵.

Por último, se considera necesario remarcar que los hábitos alimenticios de España se han mantenido bastante lineales incluso con la pandemia del Covid-19 de por medio. Sin embargo, esta tampoco se puede obviar, pues sí que es cierto que ha tenido cierto impacto sobre la población que consideramos, se debe mencionar.

Por una parte, el catedrático de Nutrición y Bromatología, Gregorio Varela, destaca que aquellas personas cuya situación económica empeoró a causa de dicha pandemia se vieron

69 GARCÍA, Nacho; SALINAS, Nieves (2023). "¿Cómo comemos los españoles? Solos, frente a una pantalla y con productos más baratos y de peor calidad." *El Periódico de España*. Recuperado de <https://www.epe.es/sanidad/20230301/alimentacion-espanoles-informe-83887427>

70 Anexo 1

71 DÍAZ MÉNDEZ, Cecilia (2013). "La alimentación en la sociedad española." *Investigación y Ciencia*, pág. 59. Recuperado de: https://fes-sociologia.com/uploads/public/Investigación%20y%20ciencia%20%202013_CECILIA.pdf.

72 Íbidem.

73 Anexo 1

74 Íbidem

75 DÍAZ MÉNDEZ, Cecilia (2013). "La alimentación en la sociedad española." *Investigación y Ciencia*, pág. 61. Recuperado de: https://fes-sociologia.com/uploads/public/Investigación%20y%20ciencia%20%202013_CECILIA.pdf.

casi obligadas cambiar sus hábitos alimentarios y, por tanto, a rebajar sus estándares gastronómicos y nutricionales. Esto se traduce en un predominio de productos de marca blanca en la cesta de la compra, más baratos, de peor calidad, menos frescos, más procesados...⁷⁶

Por otro lado, con la pandemia también se desarrolló el teletrabajo, cuyo impacto fue positivo sobre los hábitos alimentarios de los españoles. En un primer lugar, porque permitía comer en casa y durante los días de confinamiento, fomentaba el encuentro en familia o con los convivientes. Además, el ahorrarse el tiempo de traslado al lugar de trabajo, dejaba más tiempo para cocinar y así elaborar platos más caseros, y por lo general, más saludables, con más verduras, legumbres y frutas, así como elaborados con menos fritos y preparaciones artificiales.⁷⁷ Así lo ilustra el gráfico de la figura 16⁷⁸, en el que se puede ver que la mayoría de los encuestados, como hemos afirmado previamente, alteraron ligeramente sus hábitos aun manteniéndose dentro de los estándares de la sociedad española.

Con la vuelta a la normalidad tras el fin de la pandemia, muchos de los nuevos hábitos se perdieron, así como muchos otros se instalaron. Por ejemplo, el teletrabajo, aunque ha disminuido considerablemente, ahora forma parte del día a día de muchos profesionales y estudiantes, al igual que ha tenido una gran repercusión en lo que a hábitos gastronómicos respecta, véanse los millones de recetas que se comparten a diario en redes sociales. En el siguiente gráfico se pueden ver cómo los españoles se han comportado después de la pandemia en relación con la comida. Es fundamental resaltar cómo la mayoría de porcentajes indican que el factor social es el más determinante e influyente en lo que al tema respecta. El caso más evidente de ello es que gran parte de los encuestados echa de menos comer en familia o con los convivientes a diario, aunque también es un indicador de ello el hecho de que apenas nadie ha dejado de salir a comer fuera de casa y muchos han querido recuperar sus hábitos prepandémicos.

76 GARCÍA, Nacho; SALINAS, Nieves (2023). "¿Cómo comemos los españoles? Solos, frente a una pantalla y con productos más baratos y de peor calidad." *El Periódico de España*. Recuperado de <https://www.epe.es/es/sanidad/20230301/alimentacion-espanoles-informe-83887427>

77 Íbidem.

78 Anexo 1.

El sector de la restauración y la cultura del bar:

A pesar de que la costumbre de los españoles en su día a día sea la de comer en casa, el sector de la restauración sigue siendo uno de los más populares y prometedores. Para observar su importancia y crecimiento durante los últimos años, realizaremos una comparación entre dos estudios publicados por el Ministerio de Distribución y Consumo, uno en 2009 y otro en 2018.

En el año 2009, José Luis Guerra (secretario general de la FEHR, Federación Española de Hostelería y Restauración), afirmaba lo siguiente: "La restauración es un sector cuyo crecimiento se ha mantenido por encima de la media de la economía española desde los años 60; un crecimiento sostenido de oferta, volumen de ventas y de empleo, que ha hecho posible que la contribución de la restauración a la economía española se sitúe, en datos de 2007, en algo más del 6% del PIB."⁷⁹

Casi una década después, su sucesor en el cargo, Emilio Gallego no solo confirmaba la continuidad

de la tendencia ascendente del sector, sino que afirmaba que es una de las ramas productivas fundamentales y consistentes para la formación del PIB, pues, independientemente de los ciclos económicos, se mantiene sólida en la aportación a la riqueza nacional⁸⁰. "La producción del total del sector hostelero suma 129.450 millones de euros, que ha impulsado su crecimiento en todos los subsectores, de los cuales cerca de 100.000 millones corresponden a los negocios de restauración. Tiene gran importancia económica dentro de la producción nacional, con una destacable contribución a la generación del PIB nacional, que se sitúa en el 7,2% en 2017. De ese porcentaje, un 5,5% procede de los servicios de restauración."⁸¹

Ahora bien, si la población española no suele acudir a restaurantes, bares y cafeterías para realizar la mayoría de sus comidas, se plantea la duda de cómo son los anteriores datos posibles. Por un lado, hay que tener en cuenta que el sector productivo más importante en la economía española es el turismo, supone una gran aportación a la hostelería y la restauración, sosteniendo dichos números al alza. No obstante, los bares y restaurantes no viven solo de los

79 GUERRA, José Luis (2009). "El sector de la restauración en España". *Distribución y Consumo*, pág. 34. Recuperado de: https://www.mapa.gob.es/ministerio/pags/biblioteca/revistas/pdf_DYC/DYC_2009_103_32_39.pdf.

80 Íbidem, pág. 26.

81 Íbidem, pp. 26-27.

turistas. Cabe destacar que estos negocios son unos de los principales referentes de vida del estilo español, único en todo el mundo. Reunirse con familiares y amigos en bares, cafeterías y restaurantes es la forma más habitual de relacionarse y socializar en España, entra dentro del repertorio clásico de costumbres españolas. De acuerdo con el anterior estudio de 2018, en torno al 40%-45% de la clientela del sector de la restauración consume como consecuencia de una actividad social. Por lo tanto, verdaderamente este es un sector impulsado, en gran medida, por el carácter español y las rutinas de sus habitantes, que constituyen parte de su patrimonio cultural y resultan llamativas para sus visitantes, atrayéndoles e invitándoles a probar la gastronomía y todo lo que la rodea.⁸²

Y es que España es el país en el que más bares en proporción al número de habitantes hay, siendo dicha relación de un bar por cada 189 personas en el año 2007⁸³, de 132 en el año 2013 según un estudio realizado por Coca-Cola⁸⁴, y de 175 en el 2020, de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística (INE)⁸⁵. A pesar de dicho ligero receso numérico consecuencia del Covid-19, España aún conserva el primer puesto

en lo que a cantidad de bares y restaurantes a nivel mundial respecta⁸⁶. El siguiente caso muestra cómo el negativo impacto económico de la pandemia sobre el sector hostelero no cambió la concepción de la población sobre este ni redujo su nivel de demanda.

En el año 2021, la empresa "Simple Lógica" realizó un estudio con más de mil hombres y mujeres para la cervecera Ámbar sobre la relación de los españoles con los bares y cómo esta se había visto afectada por la situación vivida a causa de la pandemia del Covid-19. Del informe proporcionado se pueden sacar muchas conclusiones contundentes, todas ellas favorables para la conservación del bar tal y como se conoce actualmente en España. Rescataremos tres de esas conclusiones para profundizar todavía más en la importancia del factor social en los hábitos gastronómicos de los españoles:

- Más de la mitad de los encuestados (53,7%) afirmaron que tomar el hábito más difícil de digitalizar durante el confinamiento fue el de tomar cañas con sus amigos.⁸⁷

- Casi el 81% de los encuestados estuvo de acuerdo en que el aspecto que más echaron de menos de ir a bares fue el social, el encuentro con familiares y amigos; mientras que el otro 19% se decantó por el aspecto gastronómico⁸⁸.

- Más de la mitad de los encuestados (56,4%) coinciden en que su vida sería más triste sin bares⁸⁹.

Ámbar plasmó la esencia de lo recopilado en la campaña publicitaria *Todo lo bueno acaba en bar*⁹⁰, en la que acertadamente extrapolan los resultados de la muestra encuestada para demostrar la función que el bar cumple en España, resaltándolo como sitio donde celebrar y festejar con amigos y familiares.

El discurso de dicha campaña tiene su razón de ser en la arraigada "cultura del bar" que hay entre los españoles, para quienes el bar es mucho más que un establecimiento donde consumir bebida y comida. En España, los bares son foros, instituciones sociales que suponen un punto de encuentro "multiusos" en el que, prácticamente, todo tipo de actividades y perfiles

son siempre bienvenidos. El secretario general de la Federación Española de Hostelería y Restauración, Emilio Gallego, explica que "los bares son parte fundamental de un estilo de vida muy familiar, muy social"⁹¹. Esta última cualidad de los bares españoles es, probablemente, la más distintiva y determinante de todas, ya que, a diferencia de la gran mayoría de países europeos, los bares no se asocian al consumo de alcohol y se adaptan al ambiente familiar que predomina en su sociedad, en ellos se incentiva la convivencia entre personas de todos los rangos de edad imaginables, desde familias con niños pequeños que van a tomar el aperitivo hasta ancianos de sobremesa que juegan a las cartas⁹². Tal y como explica la periodista Sabina Pons basándose en su experiencia en el bar *José's*, estos son espacios transversales en los que se puede apreciar la mezcla de distintos estratos sociales. Si uno está pendiente, puede conocer la realidad del panorama social del país mientras observa y escucha a quienes le rodean cuando se toma un café⁹³. Cabe destacar que lo normalizado que está el consumo de alcohol dentro de todos los ámbitos y momentos de la sociedad española permite esta apertura y flexibilidad. No obstante, la verdadera clave de

82 Íbidem, pág. 26.

83 Íbidem, pág. 35.

84 MILLET, Eva (2016). "Un país de bares". *La Vanguardia*. Recuperado de: <https://www.lavanguardia.com/magazine/experiencias/un-pais-bares.html>

85 DUARTE, Mari Carmen (2023). "Este es el pueblo con más bares por habitante de España". *National Geographic*. Recuperado de: https://viajes.nationalgeographic.com.es/ubicacion-exacta/este-es-pueblo-mas-bares-por-habitante-espana_17459#:~:text=Aún%20as%C3%AD%2C%20España%20ostenta%20el,uno%20por%20cada%20175%20habitantes

86 Íbidem.

87 SIMPLE LÓGICA (2021). *Estudio sobre la relación de los españoles con los bares* [en línea]. Recuperado de: <https://ambar.com/wp-content/uploads/2021/05/Informe-Bar.pdf>

88 Íbidem.

89 Íbidem.

90 Fuente: <https://ambar.com/todolobuenoacabaenbar/>

91 MILLET, Eva (2016). "Un país de bares". *La Vanguardia*. Recuperado de: <https://www.lavanguardia.com/magazine/experiencias/un-pais-bares.html>

92 Íbidem.

93 Íbidem.

la cuestión está en el concepto que se tiene de los bares en España, que es el de una segunda casa a la que acudir cuando uno no puede ir a la suya propia. Gallego (secretario general de la FEHR) apunta que "muchos tienen un formato muy polivalente, que permite alimentos y bebidas durante muchas horas a lo largo del día. Eso hace que para el consumo fuera del hogar, el que nos pilla en la calle, los bares sean un complemento perfecto"⁹⁴. Además, dicho sentido de hogar se refleja en la confianza en los hosteleros, quienes prestan todos los servicios a su alcance, como el uso de los aseos, el teléfono... Por norma general, un español sabe que, si necesita cualquier cosa, puede acudir a un bar. "A los españoles nos gusta vivir en la calle, celebrarlo todo afuera y es evidente que los bares están ahí"⁹⁵, reitera Gallego.

En dicho espíritu acogedor de los bares se plasma la magia del carácter alegre con el que se suele identificar a los españoles, cuyo nivel de sociabilidad, de acuerdo con el antropólogo Manuel Delgado, se puede medir en la densidad de bares. Según esa regla de tres, la cultura española sería la más sociable del mundo, excluyendo las particularidades individuales⁹⁶.

Muestra de dicho espíritu más que proclive a la generosidad es la gastronomía típica de los bares, que se suele condensar en raciones, pinchos y tapas, platos concebidos para ser compartidos, fáciles de comer en ambientes agitados y caóticos en los que la logística de la comida no estorbe, sino que promueva lo realmente importante, el momento de encuentro y la conversación con los demás.

Para concluir, citaremos al antropólogo Manuel Delgado, que resume a la perfección lo redactado anteriormente. "Con su abanico de formas y modos de gestión los bares son un reflejo de la sociedad, de lo que cambia en ella y de lo que no cambia. [...] Los bares siguen ahí porque nosotros, quienes amamos el encuentro, seguimos ahí"⁹⁷.

La principal conclusión a la que se llega es que la comida y todas sus ramas es uno de los pilares fundamentales sobre los que se asienta el estilo de vida de los españoles. La prueba más evidente de ellos son sus horarios "alterados" en comparación a los del resto de países de su alrededor. En España, las jornadas escolares y de trabajo son más prolongadas

en el tiempo porque se respeta el momento de la comida, al igual que el de la cena, como denotan los fragmentos de mayor audiencia televisiva (después de las 21 horas)⁹⁸. La comida ha fomentado enormemente el desarrollo de una sociedad cohesionada, que comparte unos valores sólidos y particulares de los que se sienten orgullosos, tanto como para diferenciarse del resto y marcar tendencia.

94 Íbidem.

95 Íbidem.

96 Íbidem.

97 Íbidem.

98 DÍAZ MÉNDEZ, Cecilia (2013). "La alimentación en la sociedad española." *Investigación y Ciencia*, pág. 61. Recuperado de: https://fes-sociologia.com/uploads/public/Investigación%20y%20Ciencia%20%202013_CECILIA.pdf.



[fig. 2] Fotografía propia de la autora (2023)



[fig. 3] Fotografía propia de la autora (2023)



[fig. 4] Fotografía propia de la autora (2023)

2.1.2.3 LA COMIDA COMO NEXO ENTRE PERSONAS

En los apartados anteriores ya se ha podido observar la dualidad de la comida, es un elemento tan único y singular de cada cultura como unificador entre ellas. La intención de este apartado no es el de repetir lo ya demostrado a lo largo de las páginas previas, sino resaltar que el valor de la comida no reside en su sabor, la parte culinaria se ve supeditada por la social. Se considera necesario elaborar una breve conclusión sobre los puntos más importantes y en los que reside gran parte del valor del proyecto a desarrollar.

Para empezar, se desea destacar el poder de la comida para crear vínculos interpersonales, incluso entre individuos que no han llegado a conocerse. Como explica Frida Xuxely, "la cocina es una herencia cultural, ha logrado trascender por decenas de años, y por cada generación que pasa la receta, hay algo nuevo o mejorado. De alguna forma es permanecer en contacto con los antepasados."⁹⁹ De ese modo, a los vínculos interpersonales se le podrían sumar los intergeneracionales, temporales y espaciales.

Para continuar, resaltaremos el valor social de la misma. Prácticamente a nivel mundial, juntarse para comer y beber, en su infinidad de variantes, es la base del sistema relacional. La comida es la excusa para el encuentro y la celebración con el otro, tal y como se demuestra en las bodas, los cumpleaños o la Navidad, entre muchos otros festejos cuya actividad principal es compartir alrededor de una mesa. La etimología de la palabra "convite" ya nos da pistas para llegar a la conclusión de que la mesa es una metáfora de la vida, ya que tiene su origen en "cum vivere", es decir, "vivir juntos"¹⁰⁰. Así pues, se establece una relación directa entre el acto de comer con el de vivir, más allá del eje de la supervivencia, dando a entender que a través de los hábitos alimenticios de una persona se puede entender su forma de vivir.

En la sociedad contemporánea del siglo XXI, el hombre no come únicamente por necesidad ni instinto, sino también por disfrute, diversión, apreciación estética y cultural, valoración de la convivencia, cuidado del sí y del otro¹⁰¹.

⁹⁹ XUXELY, Frida (2017). "La comida como cultura", pág. 3. *Comunicación, cultura y formas de pensamiento*.

¹⁰⁰ MONTANARI, Massimo (2004). *La comida como cultura*. Gijón: Ediciones Trea, pág. 94.

¹⁰¹ HERNÁNDEZ, Marisela (2007). "Deleites y sinsabores de la comida y el comer: situando el tema". *Atenea*, N.º 496, pág. 49. Recuperado de: <https://www.scielo.cl/pdf/atenea/n496/Atenea%20496.pdf#page=41>.

"La comida compartida eleva el hecho de comer, de un proceso mecánico a través del que alimentar al cuerpo a un ritual de familia y comunidad, de la mera biología animal a un acto de cultura."¹⁰²

¹⁰² POLLAN, Michael (2008). *In Defense of Food: An Eater's Manifesto*. Londres: The Penguin Press.

2.1.2.3.1 LA COMIDA COMO BASE Y FUNDAMENTO DE LA UNIDAD FAMILIAR

En este subapartado se explorará el papel de la comida dentro del núcleo familiar, el cual está compuesto por personas que están irremediabilmente vinculadas las unas a las otras. Por ese mismo motivo, en su caso, la comida es un potenciador de dicho vínculo preexistente, algo que lo consolida. Se considera pertinente aclarar que esto no anula lo explicado anteriormente (*la comida como nexo entre personas*), todo lo contrario, se suma a ello.

Para empezar, se debe puntualizar que al hacer referencia a la unidad familiar nos referimos al grupo de personas que conviven en una misma casa a diario, no a todos los miembros de una familia entera. Esta aclaración es importante porque en la convivencia diaria se encuentra la clave.

Como bien dice Marisela Hernández, "uno de los signos de "funcionamiento adecuado" de un hogar parece ser que haya comida preparada, servida a ciertas horas y con capacidad para convocar a todos sus miembros."¹⁰³ Al igual

que sucede en el ámbito personal, los hábitos gastronómicos de una casa dicen mucho de cómo se relacionan las personas que viven en ella. A diferencia de los pisos compartidos en los que cada uno se ocupa de su comida, en las familias hay una consideración colectiva. Muchas veces, los miembros de la unidad familiar solo cuentan con el momento de la comida o la cena para compartir con el resto, y por ello se consideran tan valiosos. Lo cotidiano de la escena hace que no se le dé la importancia que tiene, cuando, en realidad, está llena de significado.

"El alma de los espacios" es una teoría desarrollada por Bachelard que establece una relación "espejo" entre un lugar y las personas que lo habitan, esto quiere decir que el espacio inanimado es un reflejo de quienes viven en él¹⁰⁴. Aplicando dicho pensamiento a las casas familiares, podría considerarse que la cocina es la habitación que más cosas refleja y da a intuir sobre el alma de la casa. Por ejemplo, una cocina activa y llena de comida denota ambición y ganas por reunir a todos a la hora de comer, mientras que otra vacía y poco equipada, suele dar a entender que, en dicho hogar, las dinámicas familiares son más bien individuales e independientes¹⁰⁵.

103 HERNÁNDEZ, Marisela (2007). "Deleites y sabores de la comida y el comer: situando el tema". *Atenea*, N° 496, pág. 49. Recuperado de: <https://www.scielo.cl/pdf/atenea/n496/Atenea%20496.pdf#page=41>.

104 BACHELARD, Gaston (1986). *Poética del espacio*. México: Fondo de Cultura Económica.

105 *Ibidem*, pág. 50.

Exceptuando las familias con niños que todavía no pueden valerse por sí solos, el hecho de cocinar para otros, poner la mesa y cuadrar los horarios es algo, objetivamente hablando, prescindible. No obstante, en un ambiente familiar sano, es casi un requisito y una costumbre que demuestra las ganas de cuidar y mantener el vínculo familiar dado¹⁰⁶. Cabe destacar la labor de las madres, que son quienes, históricamente, se han encargado de dar de comer a sus familiares, actuando así a modo de pegamento entre padres, hijos y hermanos. Es gracias a ellas que un plato de comida caliente resuena a hogar, y, como exploraremos a continuación, a amor.

106 XUXELY, Frida (2017). "La comida como cultura", pág. 5. *Comunicación, cultura y formas de pensamiento*.

2.1.3 LOS LENGUAJES DEL AMOR

El amor es un concepto complejo y un tanto abstracto de definir, a pesar de que millones de personas lo han intentado a lo largo de la historia, véase filósofos en sus textos, artistas en sus obras, cantantes en sus letras... Al tratarse de un tema tan universal e inabarcable, teorizar al respecto no es tarea sencilla, y muchos se limitan a hablar de él de manera subjetiva y personal. Ese no fue el caso de Gary Chapman, un pastor y consejero matrimonial estadounidense que logró encontrar, sintetizar y compartir las claves para mantener relaciones sanas que beban del amor.

En el año 1992 publicó el libro *Los cinco lenguajes del amor*, que lejos de quedarse en el olvido entre tantos otros similares, se ha convertido en un fenómeno internacional. Los conocimientos compartidos por Chapman actúan casi a modo de manual para quienes lo han leído y comparten sus razonamientos, cuya base es tanto empírica como científica.

Cabe destacar que, a lo largo de todo el libro, el autor se refiere al matrimonio y las relaciones de pareja; no obstante, también hace referencia

a los niños y cómo aplicar con ellos su teoría, evidenciando por lo tanto la capacidad que esta tiene de extrapolarse a cualquier relación donde el amor juegue un papel. En todo caso, el doctor siempre habla sobre relaciones matrimoniales y entre padres e hijos, quedando así claro que las premisas dadas en este libro son clave para el funcionamiento sano de una familia, que es el tema principal del proyecto editorial, objeto de esta investigación. Es más, no es aleatoria la frase con la que decide abrir su libro: "El amor comienza, o debe comenzar, en el hogar."¹⁰⁷

La teoría de Chapman, como es acuñada por muchos, defiende que existen cinco grandes maneras de expresar y recibir amor: palabras de afirmación, tiempo de calidad, regalos, actos de servicio y contacto físico. Cada persona tiene un lenguaje primario, aquel con el que verdaderamente se siente apreciado, que destaca por encima de los demás, que aún también valorados, no tienen el mismo impacto. El pastor afirma que el secreto para que las relaciones crezcan y perduren es aprender a hablar el lenguaje del otro, ya que de nada sirve expresar amor en español si la persona a quien se lo estamos dando solo entiende el

¹⁰⁷ CHAPMAN, Gary (1996). *Los cinco lenguajes del amor*. Miami: Editorial Unilit, pág. 4.

japonés. Es necesario destacar que a pesar de que dos personas compartan el mismo lenguaje principal, pueden discrepar entre cómo prefieren recibir el amor, ya que la acotación a la hora de estructurar el tema no limita su inmensidad, es decir, dentro de cada lenguaje existen múltiples dialectos, a su vez divisibles entre sí. Cabe remarcar que, aun tratando el tema de forma similar a una ciencia, la subjetividad es un factor que sigue muy presente y debe tenerse en cuenta.

Uno no decide qué expresión del amor es la más importante para sí mismo, ya que es algo que radica en el subconsciente personal y cuya raíz se remonta al período de la infancia, pero sí tiene herramientas para lograr identificarlo e incluso establecer un ranking de prioridades entre los cinco lenguajes. Del mismo modo, Chapman alienta a hacer ese mismo ejercicio para con el prójimo: "Si queremos ser efectivos comunicadores de amor, debemos estar dispuestos a aprender el lenguaje amoroso más importante de nuestro cónyuge."¹⁰⁸ Es fundamental comprender que nada es absoluto en este terreno. Aunque uno no tenga la capacidad de escoger su idioma, siempre puede aprender nuevos dialectos, nuevas maneras de expresar amor tal y como el otro

¹⁰⁸ Íbidem, pág. 8.

necesita. El llamado sentido del amor, que se refiere a la capacidad de cada uno de dar y recibir amor, se puede trabajar y desarrollar con el tiempo. El amor es una decisión, requiere de un esfuerzo consciente, es prolongado en el tiempo, es racional y plenamente intencional, lo que le da razón de ser a la necesidad de esta investigación, ya que, si el amor fuese algo aleatorio y sin ninguna capacidad de ser comprendido y estudiado, sería inútil explorar sus manifestaciones.

De acuerdo con dicha definición del amor, se podría comenzar a responder a la gran pregunta de este bloque; sin embargo, se continuará profundizado sobre cada uno de los lenguajes del amor, con el fin de conocer en qué consisten individualmente y así poder argumentar si, verdaderamente, la comida podría actuar como un sexto lenguaje que englobe a todos ellos.

Palabras de afirmación¹⁰⁹ - Aquí se encuentran los cumplidos verbales, las palabras de ánimo que inspiran valor cuando la inseguridad está presente, las palabras amables y las humildes. Este grupo engloba todas las manifestaciones de amor verbales, que le dan al individuo una seguridad al sentirse reforzado con la palabra y el tono correcto.

Tiempo de calidad¹¹⁰ - Este lenguaje no implica que se deban pasar todos los momentos en compañía de manera profunda y trascendente. Tiempo de calidad significa dedicarle atención plena a la persona con quien se comparte el tiempo, siendo la actividad incidental.¹¹¹ No obstante, uno de los dialectos más importantes de este lenguaje sí que le otorga un papel protagonista a la actividad en sí. Las actividades de calidad son aquellas que son disfrutadas genuinamente por las personas que las realizan, a diferencia de los actos de servicio, lo que las dota de una cualidad muy especial, que es proveer un banco de recuerdos del cual beber en los próximos años¹¹². Ahora bien, independientemente de si las actividades son de calidad o no, el dedicarse tiempo el uno al otro genera una unión muy valiosa, pues pocas cosas hay en la vida menos reemplazables que el tiempo.

Dar y recibir regalos¹¹³ - Aunque, inicialmente, este pueda parecer el lenguaje más superficial de los cinco, es igual de legítimo que los demás. El problema de dicha posible confusión radica en el concepto generalizado que se tiene de los regalos, consecuencia de la sociedad consumista y capitalista actual. "Los regalos son símbolos visuales del amor."¹¹⁴ No importa la materialidad del regalo en sí, sino el gesto, el pensamiento... Al igual que las palabras son manifestaciones verbales del amor, los regalos son manifestaciones simbólicas, cuya naturaleza es física pero no necesariamente objetual. El mejor ejemplo para comprender la verdadera esencia de los regalos alejada de la idea del dinero y la obligación es el regalo de la presencia, distinto al tiempo de calidad. Este simplemente consiste en estar presente en los momentos críticos para la otra persona, no va acompañado de ningún gasto ni objeto adicional, y no por ello su valor es menor. Como bien dice Chapman, un regalo no es más que un símbolo que refleja el pensamiento en la persona a la que se quiere¹¹⁵.

Actos de servicio¹¹⁶ - Los actos de servicio son aquellos que se hacen con el fin de agradar a la persona hacia la que van dirigidos, aunque sea de manera indirecta. Normalmente, estos actos no son especialmente disfrutados por quien los hace, y por ello son grandes muestras de amor, pues implican un cierto compromiso y sacrificio. Podrían identificarse como favores, como gestos que buscan complacer y agradar. Los mejores ejemplos son las tareas del hogar, que además juegan un papel fundamental en la convivencia, véase lavar los platos, hacer la cama, preparar la comida...

Contacto físico¹¹⁷ - La manifestación del amor a través de este lenguaje es física y corporal, está ligada al sentido del tacto y al placer, aunque se debe aclarar que no se reduce a un contacto de naturaleza sexual. Aquí tiene cabida todo tipo de toque que demuestre afecto y cariño, ya sea un abrazo amistoso, una caricia o un beso apasionado. Cada roce e interacción tienen un significado distinto en función de la relación entre ambas personas implicadas, de modo que el acto en sí también es simbólico, al igual que se ha observado en el resto de lenguajes del amor.

109 Íbidem, cap. 4.

110 Íbidem, cap. 5.

111 Íbidem, pág. 62.

112 Íbidem, pág. 74.

113 Íbidem, cap. 6.

114 Íbidem, pág. 81.

115 Íbidem.

116 Íbidem, cap. 7.

117 Íbidem, cap. 8.

2.1.4 LA COMIDA COMO LENGUAJE

Finalmente, llegamos al último apartado de este primer bloque del marco teórico, en el que, teniendo en cuenta todo lo explorado hasta el momento, trataremos de responder contundentemente a la pregunta *¿es la comida el lenguaje universal del amor?*

Decimos que trataremos de responder porque, verdaderamente, este campo no es una ciencia y no hay una única respuesta correcta. Precisamente para que la conclusión a la que lleguemos sea lo más correcta y coherente posible es que hemos investigado acerca de los tres agentes que componen la pregunta: el concepto de la comida en sí mismo, la cultura y su relación con la comida, y las distintas formas de manifestar amor.

A la hora de hablar de la comida como lenguaje hay que contemplar dos cuestiones: el simbolismo que la rodea y los agentes que intervienen.

La comida, así como todo lo que la rodea, es simbólica. Esta tiene una enorme capacidad representativa y narrativa, y es dicha cualidad la que, sutilmente, nos está dando la respuesta a la pregunta

enunciada. A lo largo de todo el marco teórico hasta este punto, se han dado numerosos ejemplos de ello. Un plato de comida, ya sea una tapa en un bar con amigos, una receta típica en una reunión familiar o algo exótico que se degusta por primera vez, no es más que una construcción humana donde confluyen emociones, identidades (personales o de un pueblo), recuerdos... significados¹¹⁸.

Por otro lado, como ya se ha discutido, la comida no surge de la naturaleza. Esta va adquiriendo todo ese peso gracias a la ristra de manos por las que pasa hasta llegar a ser lo que es. En un plato servido sobre una mesa se juntan todos los agentes que le dan sentido y voz a algo esencialmente tan simple y cotidiano. En dicha escena se encuentran los mencionados agentes, a los que Marisela Hernández bautiza como la "Trinidad", que son el alimento, el cocinero y el comensal¹¹⁹. El cocinero es quien transforma a los ingredientes en algo más, quien logra apreciar sus sabores y combinarlos para seducir al comensal. El comensal que recibe la creación experimenta un encuentro, aparentemente inofensivo y mundano, donde realmente puede identificar mensajes y recuerdos muy valiosos en iconos tan humildes como un tipo de guiso, de olor o de emplatado¹²⁰. Más adelante, en el siguiente bloque, ahondaremos en la

percepción de la comida a través de los sentidos y su capacidad de transportarnos al pasado.

El propósito de un lenguaje es el de comunicarse, transmitir un mensaje. No importa de qué manera se haga siempre que el receptor capte lo que el emisor pretende. En el caso de la gastronomía, el emisor sería el cocinero, receptor sería el comensal y el qué, la narrativa, sería el plato. Así se observa de manera muy simplificada, como suele darse, no obstante, en los menús de restaurantes de alta cocina, se puede apreciar a la perfección cómo todos los elementos de la experiencia sirven el propósito de contar una historia que envuelva y haga viajar a quien lo degusta. En su condición de código no verbal, los platos pueden contar cualquier historia, otra cosa es que el chef tenga la habilidad de materializarla de modo que llegue, que no es tarea sencilla y es donde se diferencian a los buenos profesionales.

118 HERNÁNDEZ, Marisela (2007). "En torno a un plato de comida: Aproximaciones al mundo de la comida y el comer". *Espacio Abierto*, vol. 16, N.º 2, pág. 244. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=12216204>.

119 Íbidem, pág. 245.

120 HERNÁNDEZ, Marisela (2007). "Deleites y sinsabores de la comida y el comer: situando el tema". *Atenea*, N.º 496, pág. 48. Recuperado de: <https://www.scielo.cl/pdf/atenea/n496/Atenea%20496.pdf#page=41>.

2.1.4.1 LA COMIDA COMO LENGUAJE DE AMOR

Queda demostrado que la comida es un lenguaje, ahora bien, ¿es un lenguaje de amor? ¿Podría ser que actuara a modo de recopilatorio de los cinco lenguajes ya existentes? Para comprobarlo analizaremos en qué medida se corresponde con las cinco maneras principales en las que Chapman afirma que se puede demostrar el amor.

- Palabras de afirmación - Simplemente al decir frases como "¡qué rico estaba este plato!" o "¡qué bien cocinas!" ya se está demostrando amor y agradecimiento a quien ha empleado su tiempo y esfuerzo en el disfrute del comensal. Puede parecer insignificante, pero ahí precisamente es donde está la belleza de las palabras de afirmación, que no requieren de nada más siempre que se digan genuinamente.
- Tiempo de calidad - Como se ha demostrado en el estudio de los hábitos gastronómicos, el acto de comer o cocinar, como diría Chapman, es la actividad incidental alrededor de la que se están

formando vínculos entre quienes comparten dicho momento. Una sobremesa es el mejor ejemplo de ello, pues incluso cuando ya no hay comida sobre la mesa, las personas no se levantan de ella y siguen conversando, dedicándose atención los unos a los otros, queriéndose. No obstante, la comida también se aprecia especialmente cuando es una actividad de calidad e interés para las personas implicadas.

- Dar y recibir regalos - De acuerdo con las pinceladas dadas por Chapman, se puede definir a la comida como un símbolo visual del amor. Cocinar el plato preferido de alguien es un regalo a esa persona porque demuestra un pensamiento y un deseo de hacerla feliz, al igual que lo es una invitación a un restaurante. Es la intención lo que cuenta, y aun si el gusto del plato es mejorable, seguro que el acto deja un buen sabor de boca.
- Actos de servicio - Dentro de los actos de servicio destacaban las tareas del hogar, véase hacer la compra y cocinar para el otro. Según Matta, la transformación del alimento en comida es un acto de amor¹²¹. Además,

es un acto de amor que, a diferencia de los regalos, no es puntual, denota compromiso, trabajo y esfuerzo diarios. Es inevitable no pensar en las madres, quienes, por lo general, se encargan de realizar dichas tareas. Manteniendo llena la nevera o preparando tupperes, se encargan de asegurar un amor a su familia.

- Contacto físico - La comida, al igual que el contacto físico, tiene la capacidad de provocar placer momentáneo a quien la consume, de hecho, hay quienes aseguran que experimentan orgasmos mientras comen¹²². También se debe tener en cuenta la cantidad de asociaciones lingüísticas que existen entre ambas, siendo más que frecuente reemplazar el verbo "besar" y similares por "comer", véase "comer la boca". Es indudable que ambos actos, tanto el de comer como el de mantener relaciones sexuales, comparten una condición física casi animal. Tan indudable como que ambas son dos de las necesidades básicas para la evolución y preservación de la especie. Cabe destacar que Chapman se remonta a los antiguos al referenciar que "el camino para el corazón de algunos hombres es a través del

estómago", pues, aunque sea solo por su factor físico, es otra manera de sentirse amado y cuidado.

Como se puede ver, cada uno de los lenguajes del amor "oficiales" comparte cualidades con el lenguaje de la comida. Resulta curioso que se pueden identificar tres grandes categorías en base a las diversas direcciones en las que se dirige el amor entre los tres agentes que componen la Trinidad de la que hablaba Hernández.

- En el primer grupo se encuentran las muestras de amor del comensal al cocinero, donde se sitúan las palabras de afirmación.
- En el segundo grupo están las muestras de amor del cocinero al comensal, en el que destacan los actos de servicio y el dar regalos.
- En el tercer grupo se hallan las muestras de amor entre el comensal y la comida, donde despunta el contacto físico seguido por el tiempo de calidad, en menor medida.

¹²¹ CARTAY, Rafael (2003). *La hallaca en Venezuela*. Caracas: Fundación Bigott.

¹²² XUXELY, Frida (2017). "La comida como cultura", pág. 6. *Comunicación, cultura y formas de pensamiento*.

En este contexto, el lenguaje del tiempo de calidad tiene un trasfondo ligeramente más complejo, pues se asocia al amor en prácticamente todas las direcciones posibles. Si la actividad que se realiza es cocinar, se consolida el vínculo entre cocinero y comida, mientras que, si esta es comer, la relación potenciada es la del comensal con la comida. Sin embargo, lo que verdaderamente se beneficia, independientemente de cuál sea la actividad, es la relación entre las personas, bien entre cocineros o bien entre comensales.

Tras este análisis y trabajo de contraste, no se puede discutir la presencia de la comida en todos y cada uno de los lenguajes del amor, incluso si esta varía de uno a otro. Así pues, es evidente que todas las dimensiones de la comida son vehículos a través de los que cuidar al otro, conectar con él, comunicar amor y percibirlo.

2.1.4.2 CONCLUSIONES - ¿ES LA COMIDA DEL LENGUAJE UNIVERSAL DEL AMOR?

Tal y como se ha anticipado al inicio de este apartado, no es posible determinar científicamente si la comida es el lenguaje universal del amor. La aproximación al tema, subjetivo por naturaleza, ha sido lo más objetiva posible. Se ha estudiado cada parte de la pregunta de manera independiente para luego poder analizarlas en conjunto y sacar así una conclusión, cuanto menos, coherente y razonada al respecto.

¿Es la comida un lenguaje? Sí, tal y como se resume al principio de este apartado, respaldado por todos los anteriores.

¿Es la comida un lenguaje universal? Sí, como se ha explicado en los apartados relativos a la universalidad de la comida.

¿Es la comida un lenguaje del amor? Sí, tal y como demuestra el contraste realizado con la teoría de los cinco lenguajes del amor de Gary Chapman.

Por lo tanto, nos atreveríamos a decir que la comida es, efectivamente, el lenguaje universal del amor.



[fig. 5] Fotografía propia de la autora (2023)

2.2 MEMORIA, LA NECESIDAD HUMANA DE NO SER OLVIDADO

En este bloque se quiere explorar la memoria del ser humano, no desde un punto de vista científico, sino desde uno más bien biográfico y sensorial. Se va a indagar sobre la necesidad del hombre de documentar su existencia, así como sobre sus capacidades sensitivas, es decir, sobre cómo los estímulos que percibe a través de los sentidos le permiten indagar en sus recuerdos y así regresar al pasado.

“La memoria está siempre ahí, viviente; no descansa”¹²³
- María Zambrano

2.2.1 BREVE INTRODUCCIÓN A LA MEMORIA. SOMOS LO QUE RECORDAMOS

El campo de estudio de la memoria es amplísimo y muy complejo. Por ello, es necesario aclarar que el propósito de este apartado no es profundizar sobre los secretos del funcionamiento de la memoria humana. Partiendo de ciertos estudios y conclusiones a las que diversos neurólogos y estudiosos han llegado, se realizará una aproximación práctica y aplicable a la vida cotidiana, demostrando así el papel clave que esta juega en nuestra existencia.

El miedo al olvido es algo intrínseco al ser humano, y, sin embargo, algo a lo que se debe enfrentar regularmente. Nadie cuenta con la capacidad de recordar absolutamente todo lo que le ha sucedido hasta el momento, simplemente porque el cerebro humano no está diseñado de tal manera. Los seres humanos recibimos estímulos de manera casi constante, los percibimos a través de nuestras ventanas sensoriales y los procesamos en el cerebro, donde se someten a un proceso de análisis e interpretación. Posteriormente, dichos inputs recibidos del exterior comienzan a filtrarse

¹²³ ZAMBRANO, María (1955). “Adsum”. *Entregas de la Licorne*, N.º 5-6, pp. 71-80.

minuciosamente, es decir, se dividen entre “útiles” e “inútiles”, valiosos o prescindibles, merecedores de ser guardados o no... Únicamente aquellos que sobreviven a dicho escrutinio lograrán convertirse en recuerdos y así llegar a formar parte de nuestra memoria.¹²⁴

Hasta ahora conocemos, de manera bastante superficial pero suficiente para esta investigación, cómo se genera un recuerdo. Ahora bien, es importante aclarar que un recuerdo no es igual que la memoria, sino más bien, un componente de esta. Se podría decir que la memoria es un conjunto de recuerdos, un ente mucho más grande, heterogéneo y cambiante. Mientras que un recuerdo es preciso y se limita a un instante, la memoria de cada persona recoge infinidad de recuerdos de toda una vida, recuerdos varios que se mezclan entre sí, otros que se borran, que se alteran... Precisamente en todo ese caos es donde reside la esencia de la memoria humana, a la que se debe denominar “memoria autobiográfica”.

La memoria autobiográfica es “el registro personal e íntimo de nuestra vida”¹²⁵, y como fiel reflejo de la realidad del hombre, la memoria también es constitutiva y creativa

¹²⁴ RUIZ-VARGAS, José María (2023). *La memoria y la vida*. Barcelona: Penguin Random House Grupo Editorial, pág. 235.

¹²⁵ *Ibidem*, pág. 52

¹²⁶ *Ibidem*, pág. 48

¹²⁷ *Ibidem*

¹²⁸ *Ibidem*, pág. 47

¹²⁹ *Ibidem*, pág. 432

por naturaleza¹²⁶. De igual modo que cada ser humano es quien decide sobre su vida, este, aun de manera inconsciente, también influye sobre su memoria. “Adquirir, mantener y recuperar información implica construir y reconstruir: construimos recuerdos, reconstruimos el pasado.”¹²⁷

Es importante detenerse en este punto para destacar lo siguiente: “La memoria humana ni miente ni engaña a nadie porque no es su función restaurar realidades, sino vivencias.”¹²⁸ La memoria no es un reflejo de una realidad objetiva, es más, parte de la más absoluta subjetividad, teniendo en cuenta que pertenece a un individuo que percibe estímulos desde su propia y única experiencia. Todo lo que cada uno registra en su memoria pasa por un tamiz personal, constituido por emociones, sentimientos, prejuicios, valores, creencias, motivaciones... Como resultado de ello, en la memoria conviven registros de momentos reales con mucha imaginación, fantasías y hasta fantasmas, siendo esta un cúmulo perfectamente válido y característico de la manera en la que el sujeto interpreta el mundo que le rodea.¹²⁹ Por lo tanto, es fundamental entender y asumir que el propósito de la memoria es el de hacernos

recordar no los hechos, sino nuestra percepción de los mismos, cómo nos sentíamos cuando estos sucedieron.

Ahora bien, partiendo de la naturaleza cambiante, constructiva y reconstructiva de la memoria, donde los recuerdos están sujetos a una dinámica que los modifica, es normal cuestionarse la fiabilidad de esta y el punto hasta el que se puede considerar una fuente lícita de la que beber y sobre la que basarse¹³⁰.

Tanto psicólogos como científicos coinciden en que debemos aprender a convivir con dicha realidad y fiarnos de ella, no únicamente porque no se puede doblegar ni vencer, sino porque está respaldada y justificada. Por un lado, la evidencia demuestra que, a pesar de las imprecisiones, los fallos y las invenciones de la memoria, el núcleo de los recuerdos que nuestro cerebro considera que debe conservar, se mantiene estable y preciso. Es cierto que los detalles secundarios pueden ser lícitos objetos de duda, ya que su relevancia es menor y suelen ser añadidos con motivos narrativos o de comprensión.¹³¹ Por otro lado, la ciencia también afirma que la memoria autobiográfica no es así por capricho, sino como

resultado del proceso evolutivo del ser, ya que la capacidad de alterar nuestros recuerdos “nos ayuda a entender quiénes somos y por qué hacemos lo que hacemos”¹³²

Así pues, podemos definir la memoria como una historia subjetiva, en la que cada persona se remonta a sus pensamientos, emociones y opiniones de su pasado.¹³³

Habiendo establecido ya las pautas necesarias para comprender cómo funciona la memoria humana, ha llegado el momento de plantearse una serie de dudas pertinentes para el proyecto a desarrollar, que se irán resolviendo a medida que avanza esta investigación: ¿por qué el hombre siente la necesidad de recordar y ser recordado? y ¿cómo logra el hombre recordar y ser recordado?

130 Íbidem, pág. 48

131 Íbidem, pág. 49

132 Íbidem

133 MENDOZA TORRES, Johan Andrés (2020). “La comida colombiana: resguardo de nuestra memoria histórica.” *Sol de Aquino*, vol. 18, pág. 35. Recuperado de <https://doi.org/10.15332/27448487.6718>

2.2.1.1 ¿POR QUÉ EL HOMBRE SIENTE LA NECESIDAD DE RECORDAR?

Es innegable que el hombre necesita recordar, tener un pasado accesible sobre el que basarse y del que poder avanzar. Un triste ejemplo de esta realidad es la enfermedad del Alzheimer, que destina a quienes la padecen a olvidar todo lo que algún día conocieron, todo lo que algún día fueron. El recuerdo nos permite restituir lo vivido y al no poder hacerlo, uno pierde su sentido y su propósito.¹³⁴ La memoria autobiográfica es imprescindible para el ser humano, esta es “la historia narrada de sus experiencias personales”, la biografía que él mismo ha escrito en su mente y que representa los cimientos sobre los que ha ido construyendo no solo su vida, sino su identidad.¹³⁵

¡Claro que la memoria es la vida!; porque, ¿qué somos sino lo que recordamos? Cuando decimos “nuestra vida” estamos haciendo referencia al relato narrado que de lo experimentado ha ido elaborando y guardando nuestra memoria. Una historia continua que podemos evocar y contar a otros bajo la forma de recuerdos: eso es nuestra

134 RUIZ-VARGAS, José María (2023). *La memoria y la vida*. Barcelona: Penguin Random House Grupo Editorial, pág. 47.

135 Íbidem, pág. 52

136 Íbidem, pág. 50

137 Íbidem, pág. 51

138 Íbidem, pág. 237

139 Íbidem, pág. 235

vida, lo que la memoria nos proporciona acerca de nuestro pasado. La vida, nuestra vida, no es lo que sucedió, sino lo que recordamos.¹³⁶

Las palabras de Ruiz-Vargas expresan a la perfección la relevancia de la memoria para el ser humano y nos ayudan a responder a la pregunta enunciada, ¿por qué el hombre siente la necesidad de recordar? Porque sin sus recuerdos, no es nada.

Conocer nuestro pasado y poder regresar a él es lo que nos constituye, nos da historia, nos da vida, personalidad, discurso e identidad.¹³⁷ Las experiencias vividas son las que nos componen, las que moldean nuestra personalidad y forma de ser, y es la memoria autobiográfica la que las registra, transforma y hace propias, parte de nuestro “yo”.¹³⁸

“No se puede vivir sin recuerdos. Los recuerdos nos dicen quiénes somos mientras dan sentido a esa historia personal que llamamos “mi vida”.¹³⁹

2.2.1.2 ¿POR QUÉ EL HOMBRE SIENTE LA NECESIDAD DE SER RECORDADO?

Como ya hemos establecido, la necesidad humana de recordar es evidente, es incluso cuestión de biología y supervivencia, ya que uno no puede evolucionar ni aprender de sus errores si cada día parte de cero. Ahora bien, el hecho de ser recordado no es tan obvio ni esencial para la vida del ser humano, ¿es realmente una necesidad?

Cierto es que las personas no necesitan ser recordadas para sobrevivir, uno puede vivir una vida perfectamente siendo olvidado cuando ya no esté aquí. Nos referimos a “vivir” en el más puro sentido biológico, pero, ¿qué sucede a nivel existencial?, ¿puede uno ser feliz y sentirse realizado desde el olvido?

Como bien dijo el célebre filósofo y empresario Peter Drucker, “uno no es diferente a menos que haga diferente la vida de la gente.”¹⁴⁰ El profesor, doctor y también especialista en estrategia, Josep Tàpies, así lo afirma: “una cosa por la que vale la pena ser recordado es la diferencia que uno representa en la vida de la gente.”¹⁴¹ Por mucho

que pase el tiempo, el concepto que subyace en dicho statement no pierde fuerza ni verdad. Aunque no haya una ciencia detrás que lo valide, más allá de las estrategias de publicidad y marketing, es un hecho en el que se podría decir hay unanimidad.

“Al final, no importa tanto lo que has hecho como la huella que has dejado en las personas con las que te has relacionado a lo largo de la vida. Es eso lo que marca la verdadera diferencia y por lo que recordamos a los demás.”¹⁴²

Por lo tanto, nos atrevemos a afirmar que queremos ser recordados para sentir que nuestra vida ha sido valiosa, que ha merecido la pena. Realmente, esa voluntad que convertimos en necesidad no es más que un intrínseco deseo de ser queridos. Y es muchas veces ese miedo al olvido, ese deseo de perdurar y estar presentes, lo que nos empuja a dejar un legado, algo que nos represente y deje constancia de que hemos estado aquí.

140 DRUCKER, Peter (2003). *Drucker esencial*. Barcelona: Edhasa.

141 TÀPIES, Josep (2018). “¿Por qué cosas quieres ser recordado?” *IESE Business School*. Recuperado de <https://blog.iese.edu/empresafamiliar/2018/por-que-quieres-ser-recordado/>

142 Íbidem.

2.2.1.3 ¿CÓMO LOGRA EL HOMBRE RECORDAR Y SER RECORDADO? LA IMPORTANCIA DE DOCUMENTAR TU VIDA

“En la vida real, al margen de sorpresas inesperadas, la mayor parte de lo que sucede ciertamente se olvida”¹⁴³

Todos podemos dar fe de las palabras del psicólogo William James. Los despistes y las lagunas mentales son de lo más habitual entre la humanidad y no podemos culparnos por ello, pues son consecuencia de cómo nuestra memoria está programada. Está demostrado, tanto científica como empíricamente, que para que un recuerdo se asiente y permanezca con nosotros, debemos volver a él y repasarlo hasta que se fije. Los primeros instantes en los que memorizamos algo son muy inestables, de modo que no nos podemos fiar de que cuando regresemos, lo memorizado nos esté esperando. Esta teoría no solo se aplica al estudio, sino también a todo lo vivido y conocido... si no le dedicamos el tiempo necesario, si no nos esforzamos por retenerlo, nos enfrentamos a un muy alto riesgo de perderlo.¹⁴⁴

143 JAMES, William (1890). *The principles of psychology*. Nueva York: Cambridge University, pág. 63

144 RUIZ-VARGAS, José María (2023). *La memoria y la vida*. Barcelona: Penguin Random House Grupo Editorial, pág. 245

145 Íbidem, pág. 247

146 Íbidem, pág. 245

En ese sentido, se podría comparar la memoria humana con un disco duro. Ambos son espacios limitados donde se almacenan datos, lo que quiere decir que su aforo no es infinito. Están diseñados para actualizar su contenido a medida que este se va generando y acumulando, quedándose únicamente con aquello más relevante, ya sea lo más reciente o a lo que se le dedique más tiempo.¹⁴⁵

A la conclusión a la que llegamos es que el olvido es natural y forma parte de la vida. El paso del tiempo, así como la falta de dedicación a aquello que queremos conservar, hacen que se desdibuje el pasado y este se vuelva cada vez más inaccesible.¹⁴⁶ ¿Cómo podemos luchar contra ello? ¿Cómo podemos honrar al pasado y mantener las cosas importantes de él con nosotros? La solución que la humanidad ha establecido es la documentación.

El ser humano lleva documentando toda su vida, pues de no ser a ello, no conoceríamos nada sobre nuestros orígenes y antepasados. Hay tantas formas de dejar huella en el mundo como personas sobre él. Incluso se podría llegar a afirmar que el hombre documenta su existencia

de manera intuitiva y natural, más como una necesidad que como una obligación.

El arte ha sido siempre considerado una gran fuente de información acerca del pasado, casi se podría afirmar que, junto con la literatura, es la principal forma de documentación. Comenzando por las pinturas rupestres de la prehistoria, siguiendo por las esculturas griegas o los cuadros realistas y figurativos a través de los cuales podemos imaginar la evolución de los distintos pueblos...

Realmente, la invención de la escritura fue lo más determinante para los inicios de la documentación factual, es decir, aquella que gira en torno a los acontecimientos. Esta facilitó muchísimo la puesta en común y transmisión de la información no solo entre personas y pueblos, sino también entre distintas épocas y generaciones. Sin embargo, en lo que a lo visual y las representaciones respecta, carecía de profundidad, por lo menos en sus estados más tempranos.¹⁴⁷ Es ahí donde las artes plásticas y visuales entran en la ecuación, generando un banco de imágenes de donde extraer otro tipo de información diferente a la que se podría sacar de

los escritos. Ambas disciplinas creativas trabajan en sintonía, se complementan la una a la otra y resultan imprescindibles a la hora de plasmar el paso del ser humano por el mundo.

Con el paso del tiempo, estas han ido evolucionando y adaptándose a las necesidades documentales del hombre. Se pueden destacar tres momentos clave que han supuesto un punto de inflexión dentro de dicho viaje: la invención de la imprenta, el surgimiento de la fotografía y la aparición de Internet.¹⁴⁸ Vamos a detenernos en los dos últimos desarrollos mencionados, pues son más próximos a la época actual y, por ende, más relevantes para esta investigación.

Hasta que no se inventó la fotografía, todas las disciplinas artísticas (especialmente la pintura y la escultura) estaban al servicio de la historia, su contenido debía dejar constancia de la realidad social de la época. De no ser por el desarrollo audiovisual, lo más probable es que la evolución del arte plástico hubiera sido mucho más conservadora, manteniéndose siempre de la mano del realismo y la figuración, sin quizás llegar a explorar terrenos abstractos y vanguardistas. Ahora bien, la pregunta a resolver es, ¿por qué?

La respuesta es tan sencilla como que el ser humano no puede arriesgarse a olvidar, y, por ende, a dejar de documentar. Con la llegada de la fotografía se solventa la constante necesidad humana de documentar la vida, otorgándole libertad a los pintores, escultores y al resto de artistas de expresar su creatividad y sus dotes para algo más que retratar a las personas, los objetos y lugares de la sociedad de su época. Es por ello que se dice que "la fotografía parece el arte de la memoria"¹⁴⁹.

"Lo que la fotografía reproduce al infinito únicamente ha tenido lugar una sola vez: la fotografía repite mecánicamente lo que nunca más podrá repetirse existencialmente."¹⁵⁰

Se establece una potente relación entre la fotografía y la memoria porque las imágenes cuentan con la capacidad de evocar recuerdos, así lo demuestran los estudios relativos a la llamada memoria episódica.¹⁵¹ "La memoria episódica nos permite visitar mentalmente y ver el pasado."¹⁵²

Se ha demostrado a través de diversos estudios científicos contrastados entre sí (William

Brewer, de la Universidad de Illinois en Urbana-Champaign y David Rubin, de la Universidad de Duke), que la capacidad de atribuirle una imagen a un recuerdo lo vuelve más real, y dicha asociación resulta en una experiencia más vívida y creíble para la propia persona que la encarna.¹⁵³ De tal manera, las imágenes cuentan con un gran poder a la hora de estimular la memoria y transportarnos al momento que se está observando, son una gran herramienta para la recuperación de los recuerdos autobiográficos.¹⁵⁴

Así pues, es indiscutible el vínculo entre las imágenes y la memoria, estableciéndose una relación directa entre ambas, es decir, a más imágenes, más y mejores recuerdos. No obstante, de la mano del tercer factor que hemos mencionado anteriormente, la aparición de Internet, comenzamos a cuestionar y poner en duda la veracidad de dicha afirmación.

Con la digitalización del mundo y el desarrollo de los medios de comunicación, la sociedad se ha "hipervisualizado". Internet y otros medios dirigidos a las masas, como la televisión o el cine, han hecho que tanto la cantidad

147 GARCÍA PEÑARANDA, Christopher Bernard (2011). "La gestión social del recuerdo y el olvido: Reflexiones sobre la transmisión de la memoria." *Aposta, Revista de Ciencias Sociales*, N.º 49, pág. 4. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/4959/495950245005.pdf>

148 RENOBELL, Víctor (2005). "Hipervisualidad. La imagen fotográfica en la sociedad del conocimiento y de la comunicación digital." *UOC Papers: revista sobre la sociedad del conocimiento*, N.º 1, pág. 3. Recuperado de <http://www.uoc.edu/uocpapers/1/dt/esp/renobell.pdf>

149 ARQUERO, Isabel; DELTELL, Luis (2022). "Malabares de la memoria. Fotografías, recuerdos visuales, ensayos y ficciones." *Fotocinema. Revista Científica de Cine y Fotografía*, N.º 25, pág. 8.

150 BARTES, Roland (1982). *La cámara lúcida. Nota sobre la fotografía*. Barcelona: Gustavo Gili (y Paidós Ibérica, 1990), pág. 31.

151 RUIZ-VARGAS, José María (2023). *La memoria y la vida*.

Barcelona: Penguin Random House Grupo Editorial, pág. 69.

152 TULVING, Endel; LEPAGE, M. (2000). *Where in the brain is the awareness of one's past? Memory, brain, and belief*. Cambridge: Harvard University Press.

153 RUIZ-VARGAS, José María (2023). *La memoria y la vida*. Barcelona: Penguin Random House Grupo Editorial, pp. 70-71.

154 Íbidem, pág. 71.

de imágenes como sus visualizaciones se multipliquen, derivando en un consumo constante de las mismas, en una sobreestimulación del ser humano.¹⁵⁵ El mundo que conocemos actualmente (refiriéndonos a países desarrollados) es un mundo acelerado e impaciente en el que devoramos imágenes a una velocidad jamás vista anteriormente, en el que el poder detenerse a analizar aquello que nuestros ojos ven es casi un privilegio, una rareza.¹⁵⁶ Hemos llegado a un punto en el que se demanda la inmediatez, y no hay mejor manera de conseguirla que a través de las nuevas tecnologías y la comunicación digital, que se basa, primordialmente, en un formato audiovisual.¹⁵⁷

A diferencia de antaño, la imagen ha ganado semejante importancia que se ha convertido en uno de los ejes en base a los que gira nuestra cotidianidad, normalizando así que las imágenes públicas entren en los hogares de la gente, y que las imágenes privadas se compartan y viralicen hasta llegar a formar parte del imaginario colectivo.¹⁵⁸ Los teléfonos móviles nos han convertido a todos en fotógrafos, y las redes sociales nos han otorgado un poder de difusión que, verdaderamente, no sabemos medir. Esto ha

derivado en una abundancia de representaciones repetitivas acerca de los mismos conceptos, una reproducción de patrones consistente que, a pesar de ser reiterativos, consumimos y consumimos sin apenas cuestionarlo. Por ende, lo habitual hoy en día es conocer una inmensa cantidad de puntos de vista sobre un mismo hecho, una multiplicidad de miradas creadoras y receptoras de imágenes y vídeos que interactúan entre sí a través de una pantalla.¹⁵⁹

Así pues, nos atrevemos a decir que hemos alcanzado la "hipervisualidad", una realidad en la que las imágenes son reproducidas y divulgadas innumerables veces alrededor de todo el mundo, de manera inmediata y por personas de toda condición, en la que, además, cualquier fenómeno social se plasma siguiendo el esquema anterior desde el punto de vista de todo quien desee capturarlo y publicarlo.¹⁶⁰ Consecuentemente, la era actual es una en la que toda persona con acceso a Internet tiene el poder de hacerse oír, una era donde hay tantas voces hablando a la vez que el sonido resultante no es más que una maraña de ruido donde el mensaje es confuso e incoherente. Muchos le atribuyen el nombre de "la era de la imagen", pues "nunca se han consumido

tantas y tan variadas."¹⁶¹

No importa hacia donde uno dirija su mirada, la televisión, los periódicos, los libros, las redes sociales, las camisetas, los muros (habitualmente pintados con grafitis o decorados con posters y carteles), la piel y sus ya comunes tatuajes... siempre hay una imagen.¹⁶² El problema no reside únicamente en la excesiva cantidad de estas, sino en el ritmo al que se exponen, en la inmensa cantidad de información que el ser humano se ve obligado a procesar sin nunca tener tiempo de verdaderamente asimilarla.¹⁶³

Ya lo avisaba la escritora Susan Sontag hace veinte años, cuando todavía las redes eran un ápice de lo que son actualmente... "Nos emborrachamos con imágenes como con una droga, vivimos drogándonos con imágenes, una droga que en realidad nadie se cree."¹⁶⁴

Por lo tanto, es el contexto actual, el panorama social con el que convivimos a diario el que nos hace cuestionarnos la relación entre la imagen y la memoria, ¿de verdad más es más? La saturación de información que caracteriza a la "era de la imagen" puede fácilmente

derivar en la confusión e incluso el olvido. Cuando uno tiene una sobrecarga visual y de contenido, experimenta complicaciones a la hora de ordenarlo todo y darle sentido, llegando a consumir lo transmitido como una mera presentación, como un "algo" cualquiera, sin valor ni impacto.¹⁶⁵

"[...] cuando se vuelven demasiado numerosos los propios mensajes transmitidos, aquello que se transmite sería vago, indefinido, [...]"¹⁶⁶

Actualmente, todo el mundo hace fotos y vídeos de manera cotidiana a todo aquello que les gusta o desean recordar, y parece que su mayor miedo es perder su teléfono móvil porque supondría perder todas sus fotos, todos sus recuerdos... No podemos evitar preguntarnos si, realmente, el carrete de fotos de una persona es un recopilatorio comprensible desde fuera, que nos aporte algo y que merezca la pena ver. ¿Con qué criterio se ha hecho? ¿Quiere contar alguna historia o son solo capturas aleatorias de momentos, escenas y personas inconexas?

Consideramos que, hoy en día, hay un grave error de concepto entre los conceptos de fotografiar y

155 RENOBELL, Víctor (2005). "Hipervisualidad. La imagen fotográfica en la sociedad del conocimiento y de la comunicación digital." *UOC Papers: revista sobre la sociedad del conocimiento*, N.º 1, pág. 3. Recuperado de <http://www.uoc.edu/uocpapers/1/dt/esp/renobell.pdf>

156 Íbidem, pág. 6.

157 Íbidem

158 Íbidem, pág. 7

159 Íbidem, pág. 6

160 Íbidem, pág. 2

161 Íbidem, pág. 8

162 Íbidem

163 Íbidem, pág. 9

164 SONTAG, Susan (2003). Entrevista de Victor Amela para *La Vanguardia* y *Clarín*.

165 GARCÍA PEÑARANDA, Christopher Bernard (2011). "La gestión social del recuerdo y el olvido: Reflexiones

sobre la transmisión de la memoria." *Aposta, Revista de Ciencias Sociales*, N.º 49, pág. 5. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/4959/495950245005.pdf>

166 CANDAU, Joel (2001). *Memoria e Identidad*. Buenos Aires. Del Sol, pág. 121.



[fig. 6] Fotografía del estudio Lezze (2023)

documentar. Por la forma generalizada de actuar de las personas a nivel global, parece que ambos términos fueran sinónimos, cuando no es así.

“Llevas sacando fotos toda tu vida, pero nunca has documentado”¹⁶⁷

Los creadores del emergente estudio Lezze, cuya obsesión es la documentación de la vida propia para así entenderla y apreciarla mejor, lo explican perfectamente.

Capturar y documentar no es lo mismo. Capturar es recolectar datos, tomar nota de lo que pasa a nuestro alrededor y queremos recordar, ya sea haciendo fotos, vídeos, escribiendo... pero documentar es reunir todo lo capturado y darle forma pasando por un proceso de selección intencional y consciente. Para poder empezar a documentar nos tenemos que hacer la siguiente pregunta, ¿con qué me quedo de lo capturado que me vaya a hacer recordar este momento? Y con eso en mente, empieza la parte que más miedo da, enfrentarse a borrar fotos y vídeos. No todos, pero sí muchos. [...] Así empieza la documentación, para recordar, tenemos que

borrar. Asusta, pero realmente es la mejor manera de recodar mejor tu vida.¹⁶⁸

Documentar implica manipular, filtrar, editar, reflexionar... Todo lo que sea necesario para llegar a contar una historia, una narrativa que verdaderamente resuene con nosotros y nos haga emocionarnos al experimentarla. A diferencia de la fotografía, la documentación es un proceso que implica materialidad, que con el fin de hacer algo visible, lo vuelve posible.¹⁶⁹

Una característica propia de la documentación es que requiere de tiempo para llevarse a cabo, de modo que no solo el resultado nos transporta al momento referido, también todo el recorrido de su elaboración. Es un curso donde hay errores y aprendizajes, decisiones que rectificar y reflexiones personales que se plasman en preguntas como ¿qué destacar?, ¿cómo mostrar esto?, o ¿dónde hacerlo? Todas esas cuestiones formales o creativas verdaderamente van más allá de eso, pues implican buscar en la memoria de uno mismo y luego meditar cómo plasmar tanto la identidad del momento como la del propio creador.¹⁷⁰ Así pues, se puede apreciar que la documentación implica vulnerabilidad.

167 Estudio LEZZE (2023) - https://www.instagram.com/reel/CqLG8tyl-pe/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

168 Ibidem

169 LAFUENTE, Antonio; GÓMEZ, David; FREIRE, Juan (2018). “El arte de documentar”. *Ciudadanía digital y democracia participativa*. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, pág. 48. Recuperado de https://dlwqxts1x2le7.cloudfront.net/53795464/12_documentacion_arte-libre.pdf?1499495787=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DEl_arte_de_documentar.pdf&Expires=1709234537&Signature=IYY6BwrbOWEDINmY2Qe5jEWByfcQU071EQjzJAIRMUzwbX95Stinu2URK

170 Ibidem, pág. 47

Es más, es refrescante por inusual y bello por su humanidad, cuando esta se aprecia en la obra resultante de todo el proceso, donde quedan registradas dichas dudas e incertidumbres.¹⁷¹

Por lo tanto, se puede afirmar que la documentación no es solo un acto retrospectivo que sirva como recurso para conservar la memoria, sino que también es prospectivo, es decir, que fomenta la indagación e investigación presente y futura.¹⁷²

Es evidente que documentar va mucho más allá que fotografiar, aunque, es necesario aclarar que esto no quiere decir que no se pueda documentar a través de la fotografía. Tomar una foto es un acto, hoy en día, casi insignificante, sin embargo, cuando se le dedica el tiempo suficiente, se acompaña de otros elementos y se dignifica, su valor aumenta indiscutiblemente. Por ejemplo, la labor de los fotógrafos, los artistas, es mucho más cercana a la documentación porque ponen en valor su trabajo y pretenden transmitir un mensaje con él. Así lo expresaba Joan Fontcuberta, "existe un hiperrealismo fotográfico que nos hace ver más que a simple vista."¹⁷³

Documentar es una actitud ante la vida en la que no solo se valoran los hechos, también los procesos.¹⁷⁴ "La documentación hace visible, como dijimos, el proceso de aprendizaje, y también a la comunidad que lo sustenta. Documentar entonces es una actitud mental, una manera de estar en la vida: una cultura y también una herramienta."¹⁷⁵

Por lo tanto, consideramos que es necesario entrar dentro del estilo de vida propio de la documentación, ralentizar los ritmos e ir a contracorriente. No queremos formar parte de la comunidad de personas que crean y publican contenido pobre de manera constante, queremos hacer obras de calidad que profesen de cuidado y atención, queremos demostrar que menos, es más.



[fig. 7] Fotografía propia de la autora

171 Íbidem, pág. 48

172 Íbidem, pág. 47

173 FONTCUBERTA, Joan (1997). *El beso de Judas. Fotografía y Verdad*. Barcelona: Gustavo Gili, pág. 79.

174 LAFUENTE, Antonio; GÓMEZ, David; FREIRE, Juan (2018). "El arte de documentar". *Ciudadanía digital y democracia participativa*. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, pág. 47. Recuperado de https://dlwqstst1zle7.cloudfront.net/53795464/12_documentacion_arte_libre.pdf?1499495787=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DEl_arte_de_documentar.pdf&Expires=1709234537&Signature=IYY6BwrBOWEDINmY2Qe5jEWByxfcQU071EQjzJAIRMUzwBX9551nu2URK

175 Íbidem, pág. 48

2.2.2 EL PODER DE RECORDAR A TRAVÉS DE LOS SENTIDOS

Tras comprender que el imaginario de la memoria se crea en base a estímulos externos, nos consta que los sentidos son fundamentales para su construcción y desarrollo. Hasta ahora hemos profundizado sobre la relación entre la imagen y la memoria, ergo, el sentido de la vista y cómo este es un gran aliado a la hora de evocar momentos pasados y volver a ellos. ¿Sucede lo mismo con el resto de sentidos? La respuesta es sí.

Como ya se ha aclarado anteriormente, el estudio de la memoria humana es muy complejo y casi inabarcable, y no es nuestra prioridad adentrarnos en este. No obstante, es necesario explicar que existen diversos tipos de memorias, cada una encargada de una labor diferente. Aquella a la que queremos referirnos en este apartado es la "memoria sensorial", la que nos permite percibir y almacenar la información del entorno que nos rodea. Dentro de esta misma, podemos distinguir cinco categorías, una por cada sentido del hombre: memoria visual, olfativa, gustativa, táctil y auditiva.¹⁷⁶

Cada una de ellas registra cada uno de los aspectos a los que se refiere, logrando generar una experiencia global al convivir unos con otros. De este modo, la vivencia que se graba en nuestra memoria, así como el sentimiento correspondiente a cada recuerdo, tiene cinco maneras de activarse, por así decirlo, una por sentido.

Por lo tanto, podemos defender las siguientes tres afirmaciones:

- Es posible llegar al mismo destino desde distintos caminos, es decir, recordar una misma experiencia o a una misma persona, desde distintos recuerdos sensoriales. Por ejemplo, un día de playa en verano se puede evocar tanto desde el olor a crema de sol como desde el tacto de arena caliente en los pies.
- Un mismo estímulo puede hacernos rememorar más de una vivencia al mismo tiempo. Por ejemplo, al escuchar una canción es posible, que no pertinente, pensar en más de una persona a la vez.

- El mismo estímulo en el mismo contexto, puede tener repercusiones completamente distintas en función de la persona que lo perciba, desembocando así en sensaciones y sentimientos diferentes, en fusión de los recuerdos pasados que cada individuo tenga. También cabe añadir que cada persona responderá de manera distinta a los distintos tipos de estímulos, en función del tipo que tenga más desarrollado.

Si un solo estímulo, ya sea visual, olfativo, táctil, auditivo o gustativo, puede tener semejantes poderes, ¿qué sucede cuando todos actúan de manera simultánea? Lo exploramos a continuación.

¹⁷⁶ PATO, Silvia (2022). "Qué es la memoria sensorial y cómo puedes mejorar la tuya." *Psicología y Mente*. Recuperado de <https://www.publico.es/psicologia-y-mente/que-es-la-memoria-sensorial-y-como-puedes-mejorar-la-tuya/#:~:text=Tipos%20de%20memoria%20sensorial&text=Teniendo%20en%20cuenta%20que%20la,como%20la%20gustativa%20y%20olfativa>

2.2.2.1 LAS DIMENSIONES SENSORIALES DE LA COMIDA, FUENTE DE RECUERDOS

Montanari explicaba que el sentido del gusto no está ni en la lengua ni en el paladar, sino en el cerebro, donde residen no solo los criterios valorativos del ser humano, sino también sus recuerdos.¹⁷⁷ De tal modo, por mera asociación de proximidad, es normal que las experiencias sensoriales del hombre al enfrentarse a una comida impliquen más que sabores, también aparecen sentimientos, historias, personas, momentos...¹⁷⁸

Confiamos en el poder de la comida para transportar al comensal a otros lugares albergados en su mente. Ahora bien, cabe resaltar que la comida involucra a más sentidos además del gusto y su correspondiente memoria gustativa. El placer o el asco que uno siente al saborear un alimento también dependen del resto de sentidos, que, aunque supeditados al gusto, juegan un papel integral en dicha experiencia.¹⁷⁹

La vista es crucial a la hora de comer, es más, se dice que hay quienes "comen por los ojos". Por ese mismo motivo, a día de hoy, se le da

más importancia que nunca al emplatado de las comidas, a la estética de los platos, porque para que una preparación sea apetecible y placentera, debe entrar antes por los ojos que por la boca.

Tampoco se puede negar la importancia del olfato en la experiencia gastronómica, ya que nariz y boca están vinculadas biológicamente, como los diversos diagramas y estudios del aparato digestivo demuestran. Prueba de su veracidad es el comer cuando uno está acatarrado, que se muestra incapaz de identificar los sabores. Además, solemos decir que un olor, directamente, "nos abre el estómago", es decir, que solo con aspirar aromas, ya hemos comenzado a comer.¹⁸⁰

El tacto también contribuye enormemente en las comidas, pues gracias a él sentimos la temperatura del plato, las texturas de los alimentos y del resto de elementos de la mesa. Una característica del tacto que difiere del resto de sentidos es que este se ubica en todo nuestro cuerpo, proporcionando así distintas sensaciones al mismo tiempo. Mientras que la lengua siente el calor de un guiso, las manos notan el frío de los cubiertos que están sujetando, dando lugar a una

atmósfera sensorial todavía más rica.¹⁸¹

El oído, aunque pueda parecer el menos importante a la hora de comer, también tiene su razón de ser, especialmente cuando se hace en compañía. ¿Sería lo mismo comerse una bolsa de patatas fritas sin su característico sonido al abrirse y el crujir de la patata al masticarse? Evidentemente, no. Tampoco tendrían el mismo valor las reuniones a la mesa si no pudiéramos conversar los unos con los otros mientras probamos los alimentos, que, en ese tipo de ocasiones, son secundarios. El oído nos permite sentir con más fuerza y conciencia aquello que estamos haciendo, logra redondear y dar coherencia a toda la experiencia.¹⁸²

Así pues, es innegable que "ante un plato de comida se ponen en funcionamiento todos los sentidos."¹⁸³ De hecho, se podría considerar que estos se van presentado poco a poco a medida que avanza el estado de la preparación, generando una serie de sensaciones y expectativas para quien se dispone a comer. Es más, en base a las ideas de Brillat-Savarin acerca del "pre-sabor" o "sabor intuitivo", podría considerarse que el último, o uno de los últimos

que comienza a funcionar, es el sentido del gusto, que ya se presenta predispuesto en función de las señales que el resto le han ido dando.¹⁸⁴ La vista y el olfato son los primeros en salir a escena, abriendo o cerrando el estómago en base a lo que perciban. Su labor es importantísima y muy determinante, pues condicionan incluso que se llegue al sentido del gusto o no. El tacto aparece ligeramente después, cuando nos disponemos a colocar la servilleta, coger los cubiertos y sentir la temperatura del plato antes de degustarlo. Cuando probamos el primer bocado, todos los sentidos se encuentran sobre el escenario, actúan simultáneamente generando sensaciones y, posiblemente, evocando recuerdos.

Es necesario aclarar que el sentido del gusto, bajo ninguna circunstancia, desmerece al resto, más bien, todo lo contrario. Dentro del sentido del gusto se pueden encontrar los otros cuatro, englobados bajo ingredientes, aromas, tactos... Somos más humanos que nunca cuando degustamos plena y conscientemente, pues ponemos a trabajar todas nuestras ventanas sensoriales al unísono para experimentar algo que no se puede definir de otro modo que no sea "experiencia estética"¹⁸⁵, pues, como dice Mead,

177 MONTANARI, Massimo (2004). *La comida como cultura*. Gijón: Ediciones Trea.

178 BORTNOWSKA, Katarzyna; ALBERTON, Anete (2015). "Comida local y memoria gustativa". *Estudios y perspectivas en turismo*, vol. 24, N.º 3, pp. 749. Recuperado de <http://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v24n3/v24n3a16.pdf>

179 MARANDOLA JÚNIOR, E. (2012) "Sabor enquanto experiência geográfica: por uma geografia hedonista". *Geograficidade - Dossiê Sabores Geográficos*, vol. 2, N.º 1, pp. 42-52. [Traducción de BORTNOWSKA, Katarzyna; ALBERTON, Anete]

180 HERNÁNDEZ, Marisela (2007). "En torno a un plato de comida: Aproximaciones al mundo de la comida y el comer". *Espacio Abierto*, vol. 16, N.º 2, pág. 254. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=12216204>.

181 *Ibidem*.

182 *Ibidem*.

183 *Ibidem*, pág. 253

184 *Ibidem*, pág. 256

185 *Ibidem*

“añade distinción a la utilidad y poesía a la acción.”¹⁸⁶

Ahora bien, las dimensiones sensoriales de la comida dependen, además de los cinco sentidos, de la memoria y la imaginación.¹⁸⁷

Dentro de la complejidad del gusto, cabe añadir que este también se ve condicionado por el pasado, tanto personal como generacional y cultural.¹⁸⁸ El que disfrutemos o no de una comida también depende de cómo se prepare, dónde, por quién, de la idea preconcebida que tengamos de ella. El gusto se puede analizar y entender desde una mirada histórica.¹⁸⁹

Hablar de historia al hablar de comida en un ámbito diario y cotidiano es quizás, demasiado amplio y pretencioso. Lo que no lo es, sin embargo, es hablar de familia y cómo esta es el nexo clave que vincula a la comida con la memoria.

La familia es el entorno en el que el ser humano empieza a desarrollarse como individuo y sus miembros las primeras personas con las que comparte su vida. La familia es el marco social

más importante del hombre por ser el primero, y es esa misma condición la que permite construir una memoria en cada persona.¹⁹⁰ El hecho de que una familia sea pequeña (en comparación a otros marcos sociales) facilita el desarrollo de la memoria, pues el aprendizaje se da por medio de la repetición, hasta que lo nuevo pasa a ser conocido.¹⁹¹ Así lo explica Anne Muxel: “La reminiscencia común y la repetición de ciertos rituales (comidas, fiestas familiares), la conservación colectiva de saberes, de referencias, de recuerdos familiares y de emblemas, [...] así como la responsabilidad de transmisión y del contenido de las herencias [...] son dimensiones esenciales [...] de los lazos familiares.”¹⁹² Las familias beben de los recuerdos y se alimentan de ellos, viéndose motivadas por la creación de otros nuevos que nutran la herencia inmaterial a la que sus integrantes están arraigados.¹⁹³

Dentro de la infinidad de recuerdos que oscilan por el imaginario colectivo familiar, nos gustaría resaltar una categoría en concreto, las comidas. Es un hecho universal e incuestionable que, cuando uno se encuentra lejos del hogar, no hay nada como una receta casera para honrar a esa nostalgia y sentirse como en casa, acompañado

de los suyos. “La comida nos conecta con nuestras herencias”¹⁹⁴, pues no hay un vínculo más fuerte y duradero entre las personas y su lugar de origen que su tradición culinaria.¹⁹⁵

“Los hábitos alimentarios pueden cambiar enteramente cuando crecemos, pero la memoria y el peso del primer aprendizaje alimentario y de algunas de las formas sociales aprendidas a través de él permanecen, tal vez para siempre, en nuestra consciencia.”¹⁹⁶

La memoria gustativa se ve estimulada por los platos de nuestra infancia, aquellos preparados por nuestros padres y abuelos, que se han ido transmitiendo de generación en generación... de algún modo, probar ciertos sabores u oler ciertos aromas nos hacen sentir conectados con nuestras raíces, nuestro origen y nuestra tierra.¹⁹⁷

186 MEAD, George Herbert (2003). *La naturaleza de la experiencia estética*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.

187 HERNÁNDEZ, Marisela (2007). “Deleites y sinsabores de la comida y el comer: situando el tema”. *Atenea*, N.º 496, pp. 41-54. Recuperado de: <https://www.scielo.cl/pdf/atenea/n496/Atenea%20496.pdf#page=41>.

188 NADALINI, A. P. (2008) “Alimentação e mitos nas religiões de matriz africana na Curitiba atual”. In: *XI Encontro Regional da Associação Nacional de História*. [Traducción de BORTNOWSKA, Katarzyna; ALBERTON, Anete]

189 BORTNOWSKA, Katarzyna; ALBERTON, Anete (2015). “Comida local y memoria gustativa”. *Estudios y perspectivas en turismo*, vol. 24, N.º 3, pp. 736-754. Recuperado de <http://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v24n3/v24n3a16.pdf>

190 HALLWBACHS, Maurice (1997). *Los marcos sociales de la memoria*. Buenos Aires. Siglo XXI, pág. 5.

191 Íbidem

192 MUXEL, Anne (2001). *L'expérience politique des jeunes*. Paris: Les Presses de Sciences Po, pág. 138. [Traducción propia]

193 GARCÍA PEÑARANDA, Christopher Bernard (2011). “La gestión social del recuerdo y el olvido: Reflexiones sobre la transmisión de la memoria.” *Aposta*,

Revista de Ciencias Sociales, N.º 49, pág. 11. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/4959/495950245005.pdf>

194 PIZZINO, Alexandria (2022). “La Cultura Familiar: Una exploración de herencia y memoria a través de comida”. *Proyecto de Estudio Independiente*, Universidad de Bowdoin, Chile. Recuperado de https://digitalcollections.sit.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=4501&context=isp_collection

195 BORTNOWSKA, Katarzyna;

ALBERTON, Anete (2015). “Comida local y memoria gustativa”. *Estudios y perspectivas en turismo*, vol. 24, N.º 3, pág. 750. Recuperado de <http://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v24n3/v24n3a16.pdf>

196 MINTZ, S. W. (2001) “Comida e antropologia: uma breve revisão”. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, vol.16, N.º 47, pp. 31- 42. [Traducción de BORTNOWSKA, Katarzyna; ALBERTON, Anete]

197 BORTNOWSKA, Katarzyna; ALBERTON, Anete (2015). “Comida local y memoria gustativa”. *Estudios y perspectivas en turismo*, vol. 24, N.º 3, pág. 750. Recuperado de <http://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v24n3/v24n3a16.pdf>

2.2.2.1.1 RATATOUILLE

No existe mejor manera de ilustrar el poder que la comida alberga de transportarnos al pasado que la película **Ratatouille**. La aclamada película de animación narra la historia de Remy, una rata apasionada por la gastronomía que desea trabajar en uno de los mejores restaurantes de París, Gusteau's. En su camino para lograr su sueño, se encuentra con Linguini, un joven cocinero de dicho emplazamiento que, realmente, no tiene el nivel como para trabajar en una cocina tan refinada. Ambos comienzan a trabajar en equipo, ayudándose mutuamente para lograr impresionar al crítico más exigente de la capital francesa, Ego, quien ya reparaba contra la cocina y las ideas de Gusteau's.

Una de las últimas escenas del filme, después de que el caos, el descontrol y las ratas se apoderen de las cocinas, consiste en la visita de Ego al restaurante.¹⁹⁸ Sin recursos y ante la adversidad, Remy decide prepararle una ratatouille, un típico plato francés, humilde y propio del campo, algo inusual para un restaurante de alta cocina.

Tras el primer mordisco, esta es la expresión del aparentemente cruel y malvado crítico, famoso por su exigencia e imposibilidad de impresionar. Ante una sencilla receta provenzal de verduras al horno, se queda casi paralizado, sin palabras, como si el tiempo se hubiera detenido... Y es que Ego sí que había retrocedido en el tiempo, había vuelto a su infancia.

El personaje de dicho crítico gastronómico cambia completamente después de probar la ratatouille, sus expresiones, su forma de hablar, la forma en la que es caracterizado... pasa de los colores oscuros, las luces duras y ángulos picudos a formas más suaves y colores más amables. Este plato logra sacar su niño interior, aflora su sensibilidad y su lado más humano, tal y como demuestra en la crítica que publica tras su última visita a Gusteau's, en la que es plenamente consciente de que el chef responsable de dicha experiencia reveladora no es más que una rata:

En muchos sentidos, el trabajo de un crítico es fácil. Arriesgamos muy poco, y aun así estamos por encima de quienes ofrecen su trabajo, y a sí mismos, para que los juzguemos. Prosperamos con la crítica negativa, es

198 BIRD, Brad (2007). *Ratatouille*. California: Pixar. [1:35:08 - 1:37:03]



[fig. 8] Ego comiendo ratatouille, fotogramas de la película Ratatouille (2007), Brad Bird

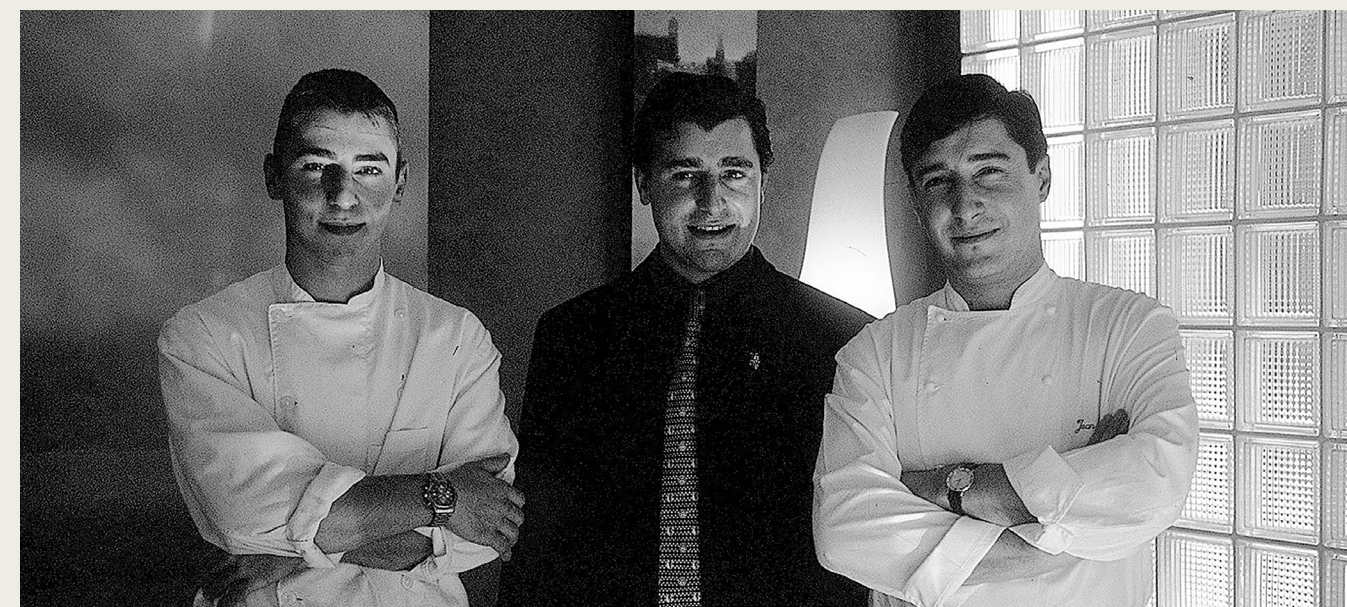
divertido escribirla y leerla. Pero la amarga verdad que los críticos debemos afrontar es que en el gran esquema de las cosas, la típica porquería tiene probablemente más sentido que la crítica que así la califica. Pero hay veces en que un crítico se arriesga realmente, y es cuando descubre y defiende lo nuevo. El mundo es a menudo severo con el nuevo talento, las nuevas creaciones. Lo nuevo necesita amigos. Anoche experimenté algo nuevo, una comida extraordinaria que provenía de una fuente inesperada. Decir que tanto la comida como su creador hicieron que cuestionara mi idea de lo que es la cocina de calidad es quedarse muy corto. Hicieron que se tambalearan mis cimientos. Nunca he ocultado en el pasado mi desprecio por el famoso lema del chef Gusteau, "cualquiera puede cocinar". Pero soy consciente de que sólo ahora entiendo realmente lo que quería decir. No todo el mundo puede convertirse en un gran artista, pero un gran artista puede provenir de cualquier lugar. Es difícil imaginar orígenes más humildes que los del genio que cocina ahora en Gusteau's, y es que, en la opinión de este crítico, ni más ni menos que el mejor chef de Francia. Volveré pronto a Gusteau's, deseando más. - Ego¹⁹⁹

199 Íbidem [1:38:59 - 1:40:55]

2.2.2.12 LOS HERMANOS ROCA

Otro gran ejemplo, por no decir el mejor, del poder que albergan la comida, la memoria y la familia, es el de los hermanos Roca. Joan, Josep y Jordi Roca son ya una eminencia consagrada en el mundo de la gastronomía no solo española, sino internacional. La cantidad de títulos y reconocimientos que albergan, tanto juntos en

su restaurante *El Celler de Can Roca*, como en solitario, es casi inabarcable. ¿Cómo han llegado a estar en lo más alto? ¿Qué les hace tan especiales? No hay una única clave del éxito, pero podríamos decir que la suya se resume en, precisamente, los tres conceptos que venimos tratando: el amor hacia la cocina, la memoria y la familia.



[fig. 9] Jordi, Josep y Joan (1997)

Su historia familiar es digna de admirar, pues en ella se encuentra el germen del que crece todo su proyecto. La suya es la historia de un restaurante familiar que ha prosperado hasta un caso de éxito y un modelo de negocio estudiado en universidades como IESE, Esade e incluso Harvard.²⁰⁰ No obstante, a pesar de semejante estatus y reconocimiento, ellos se mantienen enraizados en su tierra, sus valores y su característica discreción y humildad, refiriéndose a su recorrido de la siguiente manera: "Esta es la cronología del sueño de tres hermanos nacidos en un barrio de extrarradio de Girona. O tal vez, el sueño de una vida en familia en un restaurante que se proyectó desde el barrio de Taialá al mundo."²⁰¹

"El Celler de Can Roca" es el restaurante donde los tres hermanos trabajan mano a mano, cada uno en una disciplina distinta y con un enfoque particular. Jordi, el pequeño de los tres, se denomina a sí mismo "postrero", y es el responsable de la parte dulce, reflejo de su personalidad irreverente, atrevida, canalla y arriesgada.²⁰² Josep, el mediano, es el sumiller del restaurante, el encargado de los vinos y del maridaje con la comida, labor que requiere

de una gran sensibilidad poética y filosófica, así como de talento a la hora de comunicar y transmitir dichas ideas y emociones a los comensales.²⁰³ Joan, el mayor de todos, se define a sí mismo como un "catalizador de sueños, de atrevimientos y de riesgos" al aportar serenidad, coherencia y realidad en las ideas de los hermanos.²⁰⁴ Supo siempre que quería ser cocinero, desde que se movía con comodidad entre los fogones del restaurante de sus padres, los verdaderos responsables de todo esto.²⁰⁵

Can Roca lo empiezo hace 53 años. Tenía a Joan y Josep y pensaba: Tienes que buscar algo para que tus hijos no tengan que buscar faena, como he tenido que hacer yo. Porque nosotros, de pequeños y después de la guerra y todo pasamos lo que Dios quiso. Y yo, procuraba por mis hijos.²⁰⁶ - dice Montserrat, madre de los hermanos.

"Can Roca" fue el predecesor del "El Celler de Can Roca", fue el origen, el restaurante que Josep y Montserrat, sus padres, abrieron en el año 1967.²⁰⁷ Allí fue donde, a través de dar ejemplo, les inculcaron a sus tres hijos el amor hacia el buen hacer, al producto y al trabajo.

Así lo explica Jordi: "Nos ha hablado de cocina simplemente cocinando. Ha trabajado toda la vida, y pienso que lo que ves hacer, cuaja más que lo que te dicen que hagas."²⁰⁸ Dicha modesta elegancia, el trabajo de calidad hecho genuinamente desde la sencillez, es una de las señas de identidad de la casa que siguen llevando por bandera. "Hay mucha tendencia a contar mucho, y nosotros somos de hacer mucho y contar poco."²⁰⁹

En el año 1986, con tan solo 22 y 20 años respectivamente, Joan y Josep inauguran "El Celler de Can Roca", situado a unos escasos metros del local de sus padres.²¹⁰

El año 95 supuso un punto de inflexión para ellos, pues con un aparentemente insignificante cambio de ubicación (a 100 metros del espacio anterior), lograron su primera estrella Michelin y la primera en la provincia de Girona.²¹¹

Desde entonces, su cocina se volvió todavía más experimental y creativa, pero sin perder su esencia, que oscila entre la reinterpretación de platos tradicionales y los homenajes a sus recuerdos, como este a los domingos de vermut en el bar de sus padres.²¹² Como dice el propio Joan, sus platos quieren transmitir "una idea de localidad en un mundo tan globalizado."²¹³

200 ÁLVAREZ, Paz (2023). "Los hermanos Roca: Vamos a desmontar El Celler de Can Roca". *El País Gastro*. Recuperado de <https://elpais.com/gastronomia/2023-03-29/hermanos-roca-vamos-a-desmontar-el-celler-de-can-roca.html#>

203 Íbidem

204 Íbidem

205 Íbidem

201 CRONOLOGÍA, EL CELLER DE CAN ROCA - <https://cellercanroca.com/los-hermanos-roca/roca-timeline/>

206 BBVA y El Celler de Can Roca (2021). *Sembrando el futuro*. Recuperado de <https://youtu.be/kWw5eMuzhag?si=S-98B7NSyrvyYhT9> [0:34 - 1:02]

202 COMBALÍA, Pepe; VAL, José María (2023). *Joan, Josep, Jordi - El Celler de Can Roca - Documental*. Barcelona: Strawberry Films. Recuperado de <https://youtu.be/yp5EQhzkMPk?si=HAKUEfmeWLOt98Ht>

207 CRONOLOGÍA, EL CELLER DE CAN ROCA - <https://cellercanroca.com/los-hermanos-roca/roca-timeline/>

208 BBVA y El Celler de Can Roca (2021). *Sembrando el futuro*. Recuperado de <https://youtu.be/kWw5eMuzhag?si=S-98B7NSyrvyYhT9> [1:04 - 1:15]

209 ÁLVAREZ, Paz (2023). "Los hermanos Roca: Vamos a desmontar El Celler de Can Roca". *El País Gastro*. Recuperado de <https://elpais.com/gastronomia/2023-03-29/hermanos-roca-vamos-a-desmontar-el-celler-de-can-roca.html#>

210 CRONOLOGÍA, EL CELLER DE CAN ROCA - <https://cellercanroca.com/los-hermanos-roca/roca-timeline/>

211 Íbidem

212 Íbidem

213 COMBALÍA, Pepe; VAL, José María (2023). *Joan, Josep, Jordi - El Celler de Can Roca - Documental*. Barcelona: Strawberry Films. Recuperado de <https://youtu.be/yp5EQhzkMPk?si=HAKUEfmeWLOt98Ht> [6:34 - 6:39]



[fig. 10] Entrada del primer Celler de Can Roca (1986)



[fig. 11] Almeja con sorbete de pomelo y Campari (1998)

En el año 2000 se suma oficialmente el pequeño de los tres al proyecto familiar, reinventando la parte dulce del menú, lo que les permitió alcanzar, dos años después, su segunda estrella Michelin.²¹⁴ Lejos de conformarse, siguieron explorando nuevas ideas durante los siguientes años, como la de plasmar aromas y paisajes en los platos, logrando materializar conceptos e imágenes en creaciones comestibles. También jugaron con los cromatismos y la estética, los estados de ánimo y cómo se pueden modificar a través de la comida y el sentido del gusto.²¹⁵ Son unos de los grandes responsables de la nueva concepción global de la cocina como arte, pues es como ellos siempre la han concebido: "La cocina, tal y como la entendemos en casa, es una manera de contar un relato, de contar una historia, de contar de dónde venimos, a dónde vamos, qué nos interesa y qué nos inquieta."²¹⁶

Gracias a esas incansables ganas de superarse, investigar, innovar y pasárselo bien, volvieron a ser galardonados en el año 2009 con la tercera y última estrella Michelin, el más alto reconocimiento dentro del mundo de la restauración de alta cocina.²¹⁷



[fig. 12] Jardín Zen (2002)



[fig. 13] Albaricoque caramelizado (2003)

214 CRONOLOGÍA, EL CELLER DE CAN ROCA - <https://cellercanroca.com/los-hermanos-roca/roca-timeline/>

215 Íbidem

216 COMBALÍA, Pepe; VAL, José María (2023). Joan, Josep, Jordi - El Celler de Can Roca - Documental. Barcelona: Strawberry Films. Recuperado de <https://youtu.be/yp5EQhzkMPk?si=HAKUEfmeWLQtg8Ht> [0:07 - 0:15]

217 CRONOLOGÍA, EL CELLER DE CAN ROCA - <https://cellercanroca.com/los-hermanos-roca/roca-timeline/>

Cuando ya parecía imposible soñar más alto, fueron nombrados el mejor restaurante del mundo por la prestigiosa revista "Restaurant" en su lista "The World's 50 Best Restaurants" en los años 2013 y 2015, habiendo estado muy cerca años anteriores.²¹⁸

Muchos más premios y reconocimientos se suman e intercalan con los ya mencionados, no obstante, no son ellos los que hacen de los hermanos Roca un ejemplo a seguir, sino sus valores de comunidad y cercanía. "De eso es de lo que estamos más orgullosos, mantener esos reconocimientos sin haber salido de casa, de seguir trabajando en familia."²¹⁹ Han logrado crear una marca propia en su barrio de siempre, en un espacio donde conviven padres con hijos, con amigos, equipo y vecinos, pudiendo así seguir comiendo juntos en el restaurante de sus padres, como siempre han hecho... "Poder comer ahí día a día es un baño de normalidad. Comemos todo el equipo y nos mezclamos entre la normalidad de un bar de barrio y también entre la idea de cocina de fondo, de cuchara un fuerte componente entrañable."²²⁰ Así lo explica Josep, el mediano, quien además reconoce la generosidad de su hermano mayor en su momento, cuando

decidió apostar por ellos, por una carrera en común que honrara la de sus padres: "Joan podría haber ido más rápido, pero nos esperó a Jordi y a mí para ir más lejos."²²¹

La institución en la que se han convertido se fue construyendo poco a poco y sin ninguna pretensión de nada más allá que la de hacer lo que les gustaba donde ellos se sentían cómodos.²²² Querían que sus platos y su emplazamiento, la atmósfera de su barrio, alimentaran el alma de los comensales igual que la suya.²²³ Todo nace desde una visión bastante naif, inocente y hasta inconsciente, pero con pilares muy sólidos sobre los que apoyarse: mucho respeto hacia el pasado, mucha formación, creatividad, hospitalidad, generosidad, dedicación, confianza y amor hacia los suyos.²²⁴ Sus valores son los que les han hecho llegar lejos, el priorizar el corazón a la mente y el situar a las personas por encima de todo, pues, como ellos dicen, "la idea del equipo, de las personas, de poner en valor el factor humano impera en El Celler de Can Roca."²²⁵

218 Íbidem

219 BAEZA, Cristóbal (2017). "Historia de los hermanos Roca: de bar de barrio a fábrica de sueños". BBVA. Recuperado de <https://www.bbva.com/es/celler-can-roca-bar-barrio-fabrica-suenos/>

220 Íbidem

221 Íbidem

222 Íbidem

223 COMBALÍA, Pepe; VAL, José María (2023). Joan, Josep, Jordi - El Celler de Can

Roca - Documental. Barcelona: Strawberry Films. Recuperado de <https://youtu.be/yp5EQhzkMPk?si=HAKUEfmeWLQtg8Ht>

224 ÁLVAREZ, Paz (2023). "Los hermanos Roca: Vamos a desmontar El Celler de Can Roca". El País Gastro. Recuperado de <https://elpais.com/gastronomia/2023-03-29/hermanos-roca-vamos-a-desmontar-el-celler-de-can-roca.html#>

225 ORTEGA, Julia (2018). "El Celler de Can Roca: 30 años dedicados a la alta cocina". BBVA. Recuperado de <https://www.bbva.com/es/celler-can-roca-30-anos-dedicados-la-alta-cocina/>



[fig. 14] La cocina y el equipo del Celler de Can Roca

[fig. 15] Montserrat cocinando, fotograma del documental Sembrando el futuro (2021)



Todavía con hambre de más, los hermanos se han embarcado recientemente en otro proyecto muy entrañable y emotivo, a la par que comprometido con la cultura y el medio ambiente. En el documental *Sembrando el futuro*, cuya visualización debería ser obligatoria, dejan ver en qué consiste y cómo lo llevan a cabo. No hay mejor premisa de este que la siguiente frase del mayor de los hermanos, quien, tras toda su

trayectoria, afirma que “de todos los menús que hemos hecho, de todos los platos que hemos cocinado, lo de hoy (refiriéndose al resultado del proyecto) es lo que tiene más sentido.”²²⁶

Montserrat, quien sigue sin salir de la cocina, es la verdadera protagonista del filme...

²²⁶ BBVA y El Celler de Can Roca (2021). *Sembrando el futuro*. Recuperado de <https://youtu.be/kWw5eMuzhaq?si=S-98B7NSyrvyYhT9> [27:10 - 27:18]

Joan se remonta a una entrevista que le hicieron hace años a su madre en la que decía que lo que más le gustaría, sería ver su casa de la infancia restaurada. Le encantaría poder estar en ella de nuevo, experimentarla ahora con sus hijos y así recuperar sus recuerdos y vivencias. Con ello en mente, los hermanos se hicieron la siguiente pregunta: "¿Qué hay de lo que ella hizo que nosotros podemos recuperar para recuperar nuestra memoria?"²²⁷

La respuesta estaba clara, comprar la casa, restaurarla, darle vida de nuevo al origen de su historia, de Can Roca y del Celler de Can Roca.²²⁸

Ahora bien, surge otra duda y es, ¿cómo podrían llenarla de vida? Como no podía ser de otra forma, a través de una buena comida. Pero no podía tratarse de una comida cualquiera, sino de un menú diseñado por y para su madre, con aquellos ingredientes que ella comía cuando era pequeña, para así, realmente, lograr realizar un viaje en el tiempo.

Al enfrentarse a diseñar y elaborar ese ágape, se toparon con un grave problema que pone

de manifiesto uno de los riesgos actuales, que es la desaparición de los productos de antaño no encontraban los alimentos de los que su madre les había hablado porque, directamente, se han extinguido. Carolina Modena, que es la responsable de Proyectos de Biodiversidad internacional en Slow Food, explica lo siguiente:

En los últimos 70 años hemos cambiado completamente nuestra manera de consumir, de comer y nuestra manera de producir la comida. No es solo el hecho de que hemos cambiado la manera en la que nos alimentamos, porque ahora nuestra ingesta está más centrada en un alto consumo de proteína animal y ultraprocesados, sino el cómo están siendo producidos estos alimentos.²²⁹

Así pues, y con el deseo de hacer feliz a su madre, los tres se embarcaron en la misión de hacer lo posible por recuperarlos. Es muy destacable la labor de los tres hermanos por la conservación, tanto de la biodiversidad como de la memoria, cultural y familiar. A lo largo de todo el documental así lo expresan, y lo que es más importante, lo demuestran. Visitan el jardín

227 Íbidem [2:52 - 2:59]

228 Íbidem [3:07 - 3:15]

229 Íbidem [5:06 - 5:18], [5:28 - 5:47]

botánico Marimurtra, un espacio dedicado en cuerpo y alma a la preservación, investigación y divulgación agrícola y hortícola, donde descubren que el 75% de las variedades de semillas se están perdiendo, algo muy alarmante. Viajan a Svalbard, Noruega, donde está una de las cámaras de semillas más importantes del mundo, actuando a modo de caja fuerte del patrimonio agrícola mundial. Piensan mucho en qué les quedará a las próximas generaciones. De hecho, ellos mismos se han involucrado de primera mano en este problema, a través de su propio proyecto, "Terra Endins", en la Masía del Celler de Can Roca.

Es fundamental su labor y la de sus colegas investigadores, pues, de no ser por su trabajo de preservación, recopilación y documentación, las futuras generaciones probablemente no llegarán a tener constancia de qué y cómo comemos ahora. Si no lo documentamos, se perderá. Va más allá de perder un ingrediente, supone perder cultura.

Cuando yo pienso en una semilla, pienso en un ciclo de vida completo. Entonces, cuando pierdes esa biodiversidad, estás perdiendo

230 Íbidem [20:58 - 21:32]

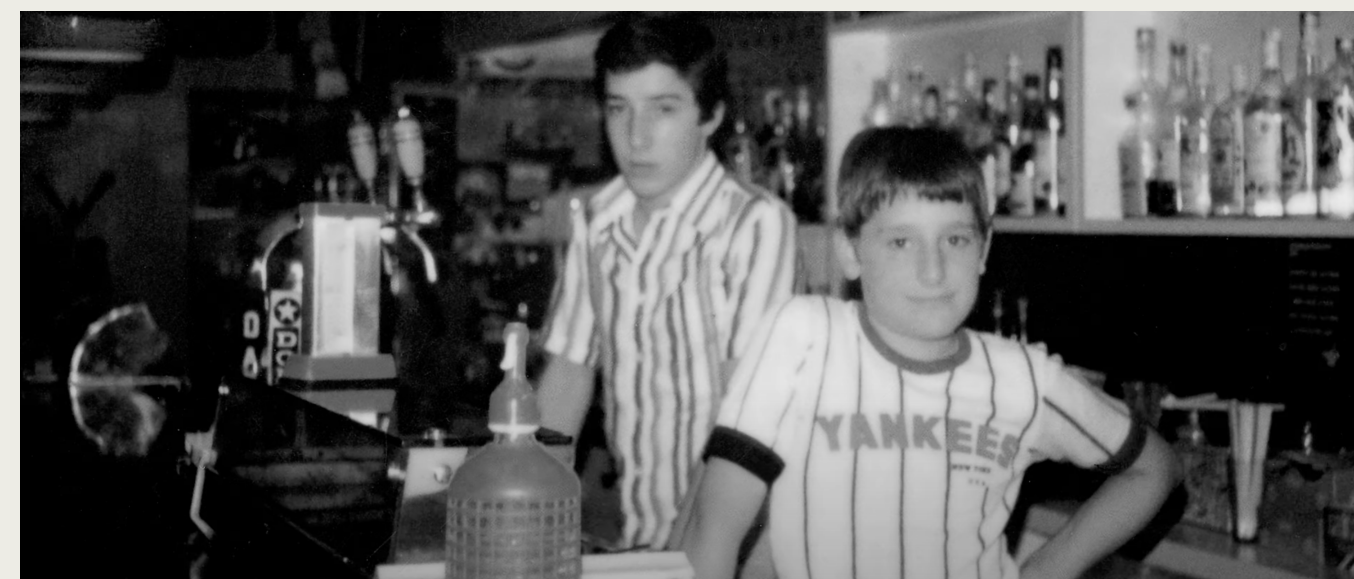
231 Íbidem [26:47 - 27:08]

todo ese ciclo de vida, y en ese ciclo de vida de muchos años sucedieron muchas cosas. Con esa semilla, con esa familia, con esa cultura, que con ese producto se alimentaba, celebraba, compartía... Al minuto que eso desaparece, no solo desaparece esa especie, desaparece todo ese tiempo.²³⁰ - Rodrigo Pacheco, Chef del restaurante Boca Valdivia

Es curioso cómo este proyecto, que inicialmente se limitaba a cocinar para su madre en su casa de toda la vida, les ha llevado a explorar varios rincones del mundo para regresar a sus orígenes, a los valores que siempre han defendido en su cocina. Diseñar el menú les ha obligado a rescatar conversaciones perdidas en el olvido, anécdotas y curiosidades... "estábamos hablando de alguna manera de nuestra memoria familiar olvidada, de lo que hemos vivido como familia, como hermanos."²³¹



[fig. 16] Comienzos del Celler de Can Roca (1986)



[fig. 17] Joan y Josep de niños, detrás de la barra del bar de sus padres

Finalmente, logran recuperar ciertos productos y crear así los platos dedicados a su madre, en los que reviven sabores que consiguen emocionarla.

“Como persona que se dedica a dar de comer a la gente, creo que no podemos aspirar a hacer nada más bonito que esto.”²³²

Antes de embarcarse en esta aventura, cuando los hermanos se imaginaban cómo podría ser el resultado de todo esto, se preguntaban emocionados si sería un acto lo suficientemente bueno. “No sé si es un regalo que podemos hacer a nuestra madre, pero sí que es una oportunidad para nosotros de reconocerle su labor, su belleza del esfuerzo, su ejemplo como inspiración”²³³, dice Josep, a lo que Jordi añade que “vivir eso con ella sería un regalo para ella, pero también para nosotros.”²³⁴ Al ver a su madre emocionada, y emocionarnos así al resto, es fácil ver que no podrían haber escogido mejor regalo.

Joan, Josep y Jordi se dedican a mostrar su amor y gratitud hacia los demás encima de la mesa, ¿cómo no iban a hacerlo por la persona que les ha enseñado que a partir de la cocina se puede amar, cuidar y reconocer?

Al inicio del documental, Montserrat comentaba que su madre se murió a los 96 años, habiendo estado los últimos 12 sufriendo de Alzheimer...

Tras contar su historia, añade lo siguiente: “La memoria es lo principal de todo, tener memoria. Solo pido a Dios que me dé memoria.”²³⁵

No podemos saber si Dios habrá influido o no, pero, de lo que no cabe duda, es de que sus hijos sí.

232 Íbidem [27:40 - 27:47]

233 Íbidem [3:53 - 4:05]

234 Íbidem [4:05 - 4:09]

235 Íbidem [3:20 - 3:38]



[fig. 18] Tres rocas, los tres Roca. Albert Bertrán.

2.3 RECOPILOS COMO SOPORTE EDITORIAL

Anteriormente, al hablar de la memoria, ya se resaltó la importancia y el valor de realizar un trabajo de documentación de calidad, especialmente, teniendo en cuenta los tiempos que corren. En este bloque se realizará un estudio visual, gráfico y formal de los dos formatos de documentación que se pretenden unir en el diseño final: el álbum familiar y el recetario. Se explorarán todo tipo de publicaciones editoriales, tanto impresas como online, que resuenen con el concepto planteado.

2.3.1 EL ÁLBUM FAMILIAR

2.3.1.1 UN BREVE ACERCAMIENTO AL FORMATO

Al hablar de álbumes familiares, lo primero en lo que pensamos es en álbumes de fotos, pues es su formato más clásico y tradicional. Ahora bien, un álbum no deja de ser un archivo, y por ello puede tener millones de formatos diversos. No obstante, nos centraremos en la idea de álbum familiar como álbum fotográfico, pues además de ser el más popular y genérico, nos interesa analizar su disposición editorial y el ya mencionado vínculo entre la fotografía y el recuerdo.

Se trata de un libro donde se disponen de manera cronológica, habitualmente, imágenes de personas cercanas, viajes y eventos importantes para la familia... "se va construyendo con los acontecimientos relevantes y las figuras importantes que dan origen a la familia y que la componen."²³⁶

²³⁶ SANZ, F. (2007). *La fotobiografía, imágenes e historias del pasado para vivir con plenitud en el presente*. Barcelona: Editorial Kairós, pág. 44

De ese modo, un álbum solo resulta interesante para las personas que en él se encuentran, es decir, los miembros de la familia. Es un tipo de formato privado, que no está diseñado para mostrarse al mundo... ¿o sí?

Nuria Enguita sugiere la siguiente reflexión:

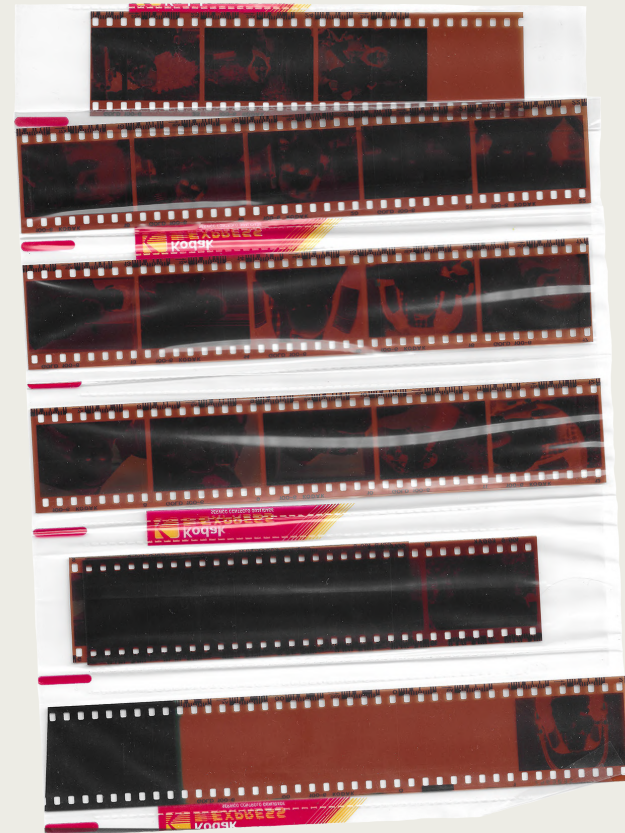
Yo quisiera plantear la posibilidad de considerar el objeto "álbum familiar" como un archivo público, en el sentido de que es un repositorio para ser enseñado, pero sobre todo, porque los acontecimientos que recoge (tradicional y normalmente) son momentos muchas veces públicos de la persona, momentos importantes de su carrera profesional o celebraciones familiares muchas veces no estrictamente privadas (vacaciones, bodas, celebraciones, etc.), y por último, pero no menos importante, porque en los álbumes de fotografías a menudo la pose es absolutamente estereotipada y marcada por convenciones que construyen una imagen pública.²³⁷

²³⁷ ENGUITA MAYO, Nuria (2009). "Relatos. Del álbum de familia a Facebook". *Memorias y olvidos del archivo*. España: Lampreave, pág. 50

Resultan interesantes las palabras de Enguita, pues nos llevan a pensar que, quizás, la concepción del álbum familiar como tal, siempre haya tenido un enfoque ciertamente público. A día de hoy, con la llegada de las redes sociales, el paso del álbum familiar del ámbito privado al público es un hecho innegable. Para profundizar sobre este suceso y aquello que ha supuesto para el formato editorial, vamos a estudiar cómo ha sido su evolución con el paso del tiempo.

2.3.1.1.1 LA EVOLUCIÓN DE LOS ÁLBUMES FAMILIARES

¿A que nadie hubiera dicho que los álbumes familiares no son más que el resultado de una estrategia de marketing? Hace un siglo aproximadamente, la empresa americana de cámaras Kodak tuvo la gran idea de vender momentos, más concretamente, "momentos Kodak". A través de una enorme y efectiva campaña publicitaria, establecieron una especie de guía sobre los momentos que debían fotografiarse. El eje vinculante del que partía dicha idea era la familia, siendo esta la gran protagonista de todos los instantes valiosos que no podían suceder sin ser capturados. De este modo, dicha compañía no solo logró aumentar sus beneficios, sino revolucionar el concepto de la fotografía familiar al inculcar a la sociedad de la época que su historia debía poder contarse por medio de imágenes. Cabe destacar que sacar fotos en aquella época suponía un gasto, y aunque cada vez este fuera menor, era necesario reservar dicho importe para las ocasiones especiales, como celebraciones y viajes.²³⁸



[fig. 19] Carretes analógicos Kodak. Imagen propia de la autora.

238 GIMENO, María del Carmen (2020). "El álbum fotográfico familiar. Reflexiones sobre la relación entre fotografía y memoria." *Artilugio Revista*, N.º 6, pág. 129.

De la mano de este nuevo paradigma se dispara la popularidad de los álbumes familiares. La normalización de la fotografía instantánea hace que la cantidad de fotografías por casa aumente considerablemente, surgiendo así la necesidad de recopilarlas todas en un orden coherente.²³⁹ "El álbum se convierte en un miembro más de la familia."²⁴⁰

Hoy en día la fotografía ha evolucionado a pasos agigantados, se han cambiado los carretes por móviles, lo analógico por lo digital, la paciencia por la inmediatez. Más concretamente, dicho cambio se dio en los años 90, en la denominada era digital. Las novedades que esta implicó no fueron técnicas únicamente, sino también conceptuales. La rapidez, facilidad y gratuidad de la fotografía digital disparó el número de fotos que las personas se podían permitir, de manera que las imágenes dejaron de centrarse exclusivamente en eventos singulares y pasaron a capturar momentos más cotidianos. La familia deja de ser el punto de mira, el foco se amplía y los sujetos fotografiados se diversifican.²⁴¹

Sin embargo, si nos limitamos a analizar la evolución de la fotografía familiar, la historia

dista bastante de la anterior. A pesar de haber sustituido las cámaras analógicas por las digitales y los teléfonos móviles, el tipo de imagen se mantiene prácticamente intacta, muy similar a aquellas de los momentos Kodak de hace más de cien años... miembros de la familia, ya sea juntos o separados, posando felizmente en bodas, bautizos, comuniones, viajes, etc. Es cierto que ahora también se capturan más momentos pequeños dentro de dichas ocasiones, sucesos menos relevantes que antes se obviaban, pero sin dejar nunca de lado los usos tradicionales de la fotografía familiar.²⁴²

Como consecuencia, ahora se hacen álbumes más a menudo y de circunstancias más concretas, es decir, recopilaciones temáticas en lugar de temporales, como se hacían antiguamente, de año en año, por ejemplo. Hemos pasado de lo "macro" a lo "micro".²⁴³ Comprobarlo es tan sencillo como abrir la aplicación de fotos de nuestro móvil, en la que tenemos cantidad de álbumes distintos para cada evento, mes y hasta persona. Otra muestra de ello son las redes sociales, donde se comparten numerosas imágenes muchas veces no con el propósito de viralizarlas, sino con el de conservarlas,

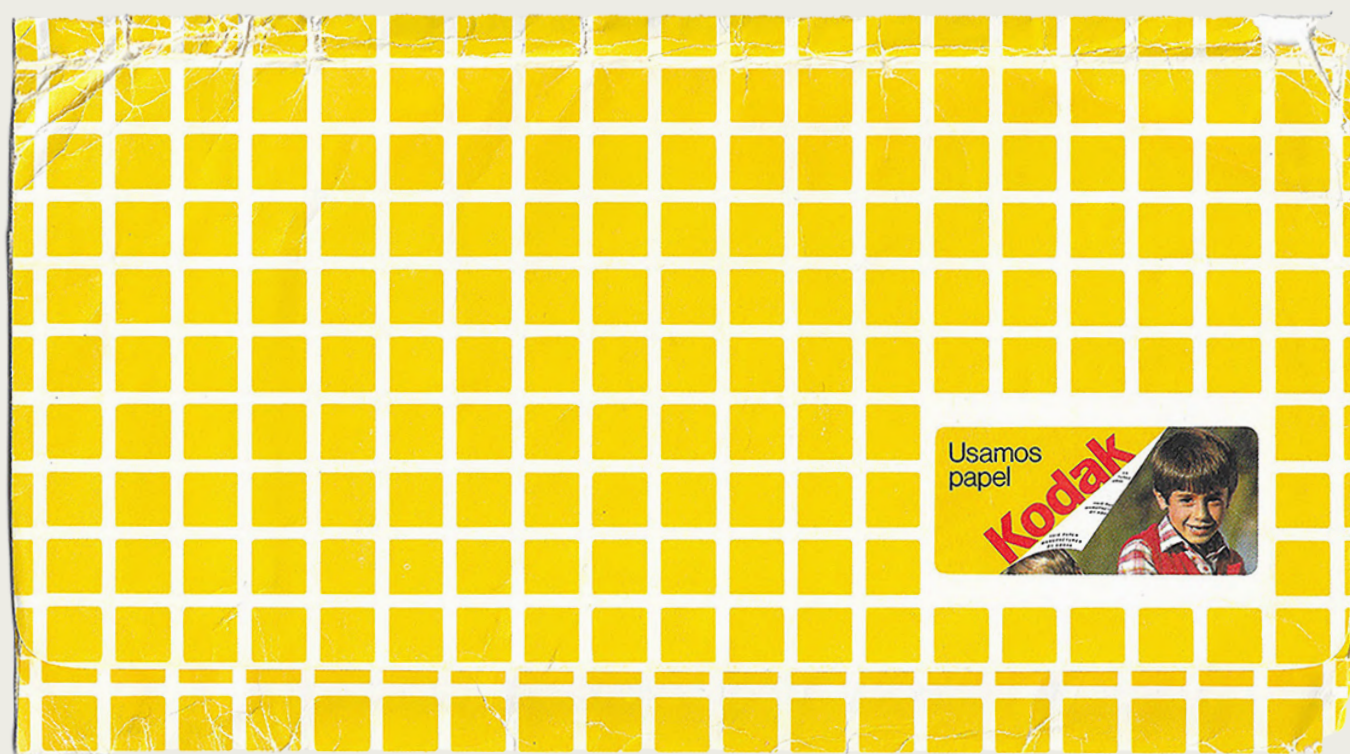
239 Íbidem

240 VICENTE, P. (2018). "Políticas y propaganda del álbum de familia". *Album de familia y prácticas artísticas. Relecturas sobre la autobiografía, intimidad y archivo*. España: Gráficas Alós, pág. 13.

241 GIMENO, María del Carmen (2020). "El álbum fotográfico familiar. Reflexiones sobre la relación entre fotografía y memoria." *Artilugio Revista*, N.º 6, pág. 131.

242 Íbidem

243 Íbidem



[fig. 20] Sobre antiguo para fotografías Kodak. Imagen propia de la autora.

manteniéndolas seguras y fácilmente localizables en la nube. “Incluso aquellas fotografías que en un principio fueron utilizadas como medio de comunicación (para un post en redes sociales, por ejemplo), terminan siendo consideradas como recuerdos y la mayoría no son eliminadas tras su utilización y consumición casi instantánea.”²⁴⁴

Es importante hacer hincapié en que la fotografía familiar, por tradicional que se mantenga, convive con los nuevos formatos, tanto tecnológicos como recopilatorios. Lo clásico coexiste y se complementa con las nuevas maneras de capturar y recopilar momentos, eso sí, sin prescindir nunca de aquello que ha funcionado durante toda la vida... “las fotografías de bodas siguen estando muy cómodas en un álbum impreso.”²⁴⁵

A pesar de que los tiempos hayan cambiado, la necesidad del hombre de alargar el olvido lo máximo posible sigue siendo la misma.²⁴⁶

²⁴⁴ Íbidem, pág. 135

²⁴⁵ Íbidem, pág. 136

²⁴⁶ Íbidem, pág. 135

2.3.1.2 EL TRASFONDO DE LOS ÁLBUMES FAMILIARES

Es muy curioso ver cómo, a pesar de vivir en la era digital y de la imagen, el álbum familiar parece ser un formato casi intocable y estable, que no se inmuta con el paso del tiempo y las nuevas tecnologías. No se puede debatir que ahora hay más álbumes digitales que físicos, pero aquellos que se asocian a la familia y sus momentos vitales, siempre se acaban materializando en papel. Muchos complementan lo clásico con lo nuevo, papel y píxeles, pero pocos se atreven a prescindir totalmente de lo físico para los momentos relevantes. ¿A qué se debe?

El fotógrafo Joan Fontcuberta justifica dicha necesidad de imprimir nuestros recuerdos familiares y sentir el papel en nuestras manos de la siguiente manera: "sin cuerpo, la fotografía se desfetichiza"²⁴⁷, "sin su condición de objeto físico, la imagen ya no puede ser depositaria de su carga mágica y deja de actuar como talismán y reliquia."²⁴⁸ La recopilación física a modo de álbum impreso nos transporta al pasado, a aquellos momentos en los que era

necesario esperar al revelado de las imágenes para verlas, apreciarlas y así recordar dicho instante. El momento de pasar las páginas de un álbum se puede equiparar al de ver el resultado final de las fotografías reveladas, un momento lleno de expectación y puesta en común que no sucede con el deslizamiento de las imágenes en una pantalla.²⁴⁹ Aquí reside el valor de los álbumes físicos, nos permiten seleccionar y acotar la gran acumulación de imágenes digitales que tenemos y lo que es más importante, nos otorgan un momento para verlas y así detener momentáneamente el tiempo.

Ahora bien, ¿por qué da la impresión de que los álbumes físicos son exclusivos para la familia?

Por un lado, podemos culpar a Kodak de ello. Sin embargo, dicha estrategia que emplearon no hubiera funcionado si no estuviera respaldada, si la familia no fuera lo más importante que tenemos y aquello que necesitamos preservar.

Hacer un álbum fotográfico requiere de tiempo y esfuerzo, no es una tarea sencilla ni rápida, pues implica recuperar datos e indagar en el pasado. Por ende, es normal que ese laborioso

trabajo se realice para las personas que nos van a acompañar siempre, para aquellas a las que estamos vinculados inevitablemente, para la familia. También se puede realizar para amigos y otras personas importantes, pero la realidad es que no es lo habitual.

Un álbum familiar es un objeto muy valioso, es un archivo donde se immortalizan momentos y etapas vitales a través de los que recordarnos y darnos a conocer.²⁵⁰ Las fotografías hablan de las personas retratadas, de sus identidades como individuos y como familia.²⁵¹ Se trata de un recopilatorio de gran carga simbólica y sentimental, un objeto que actúa a modo de legado, pues le ofrece a las próximas generaciones la base de la que partir, de la que desarrollar su identidad y su sentido de pertenencia.²⁵²

Por lo tanto, podemos afirmar que se puede descubrir y entender a una familia a través de sus fotos elegidas y descartadas, los momentos fotografiados y los obviados, la disposición de las imágenes, la escasez o abundancia de álbumes "Mediante las fotografías cada familia construye una crónica-retrato de sí misma, un estuche de imágenes portátiles que rinde testimonio de la

firmeza de sus lazos."²⁵³

Se trata de un objeto cuyo objetivo es el de emocionar, el de ofrecer a sus integrantes la sensación de que forman parte de un grupo y que así tienen una identidad. Realmente, el álbum es un proveedor de identidad a partes iguales que lo es de memoria.²⁵⁴ Memoria e identidad van de la mano, sin una no tenemos la otra, y muchas personas, sin fotografías, carecen de ambas. Por eso existe semejante empeño dentro de las familias de hacer sus álbumes físicos, pues, para muchas, son el único material biográfico que dejan atrás después de su muerte.²⁵⁵ "Todos queremos salvar a nuestros seres queridos del olvido y en algunos momentos lo único que podemos hacer es salvar sus fotografías del deterioro. El retratado pasa de sujeto a objeto, quien posea la foto puede, de alguna manera, poseerlo a él y a su recuerdo."²⁵⁶

247 FONTCUBERTA, Joan (2016). *La furia de las imágenes. Notas sobre la postfotografía*. Barcelona: Galaxia Gutenberg, pág. 225.

248 Ibidem, pág. 208

249 GIMENO, María del Carmen (2020). "El álbum fotográfico familiar. Reflexiones sobre la relación entre fotografía y memoria." *Artilugio Revista*, N.º 6, pág. 134.

250 Ibidem, pág. 132

251 ARQUERO, Isabel; DELTELL, Luis (2022). "Malabares de la memoria. Fotografías, recuerdos visuales, ensayos y ficciones." *Fotocinema. Revista Científica de Cine y Fotografía*. N.º 25, pág. 12.

252 GIMENO, María del Carmen (2020). "El álbum fotográfico familiar. Reflexiones sobre la relación entre fotografía y memoria." *Artilugio Revista*, N.º 6, pág. 131.

253 SONTAG, Susan (2008). *Sobre la fotografía*. Barcelona: Penguin Random House Grupo Editorial, pág. 18.

254 BLASCO, J. (2018). De Goebbels a Hoffman. Álbum de familia y prácticas artísticas. *Relecturas sobre la autobiografía, intimidad y archivo*. España: Gráficas Alós, pp. 164-165.

255 VICENTE, P. (2018). "Políticas y propaganda del álbum de familia". *Álbum de familia y prácticas artísticas. Relecturas sobre la autobiografía, intimidad y archivo*. España: Gráficas Alós, pág. 15.

256 BARTHES, R. (2009). *La cámara lúcida. Nota sobre la fotografía*. España: Paidós, pág. 132.

2.3.1.3 EL ÁLBUM FAMILIAR COMO SOPORTE EDITORIAL

Al tratarse de un objeto tan íntimo y personal para cada familia, es evidente que, incluso teniendo una vertiente pública, no es un objeto propiamente editorial ni sujeto al consumo de masas. Lo importante en un álbum familiar no es su estética ni su distribución, sino el significado detrás de él. Ahora bien, se mantiene como algo personal y privado porque nadie quiere prescindir de su propia intimidad, no porque su contenido sea poco atractivo. No hay más que ver lo intrigante que es saber acerca de la vida del resto, prueba de ello es el éxito de aquellas celebridades que deciden compartir su historia y su día a día... influencers, biopics o documentales son la comprobación de que es un formato interesante y al que le quedan muchas posibilidades por explotar.

No es normal encontrar un álbum familiar, tal y como este se concibe de manera tradicional, publicado y al alcance de quien quiera. Por tradicional nos referimos a un libro donde introducir y pegar fotos impresas en el orden que su creador considere preciso. Por el

contrario, cada vez es más habitual encontrar adaptaciones y reinterpretaciones de álbumes familiares en un formato audiovisual, a modo de películas y publicaciones en redes, donde las imágenes van acompañadas de una narrativa más extensa y fácil de seguir, que logra enganchar al espectador. Algunos ejemplos serían "Pombo", "The last impresario", "Keeping up with the Kardashians" o incluso el ya comentado "Sembrando el futuro" de los hermanos Roca. Como el proyecto a desarrollar está enfocado al diseño editorial, no nos detendremos analizando las formalidades de dichos ejemplos.

A pesar de la intimidad que rodea a los álbumes familiares, existen empresas que se dedican a realizar álbumes fotográficos de manera comercial, como Hoffman o Photobox. Estas compañías ofrecen una serie de formatos y opciones estándar a sus clientes, obteniendo resultados de buena calidad, pero poco originales, repetitivos, predecibles y con un diseño simple, además de poco personal y muy cuestionable.

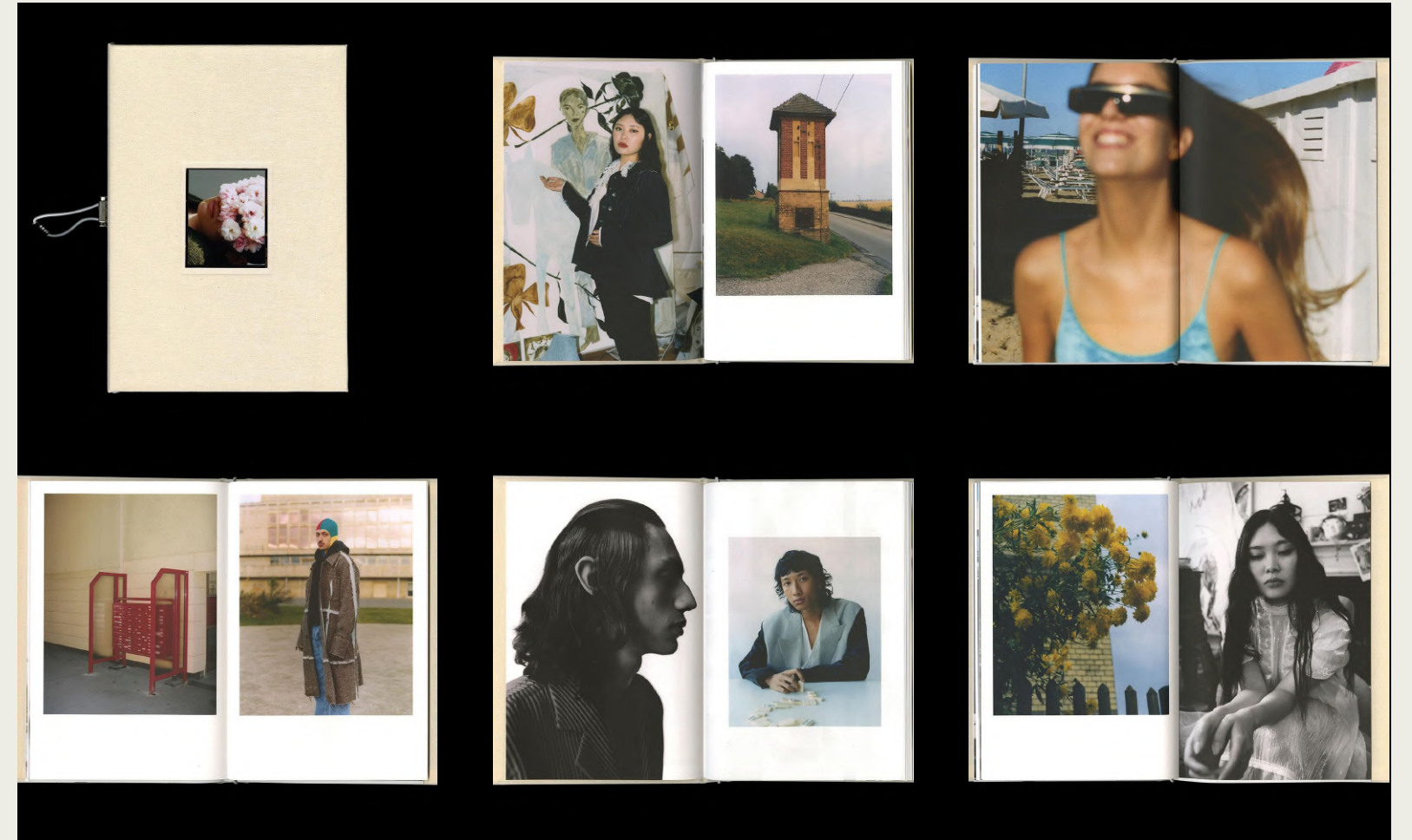


[fig. 21] Álbum de fotografías Hoffman



[fig. 22] Álbum familiar. Imagen propia de la autora.

Como se puede deducir por la descripción realizada acerca de sus productos, nosotros aspiramos a un tipo de álbum con más personalidad e intencionalidad, menos industrializado y más artístico. Lo más similar al tipo de álbum familiar que nos interesa y que se puede encontrar dentro del mundo del diseño editorial son los fotolibros. Son recopilatorios de imágenes, generalmente realizadas por un mismo artista o relativas a un mismo tema, que se disponen con un cierto criterio y gusto, de modo que transmitan un mensaje, una estética y una narrativa coherente. En ellos es tan importante el contenido como la manera en la que este se comunica, pues el diseño juega un papel fundamental.



[fig. 23] Fotolibro - *A Collection of Photographs* (2022), Benjamin Werner

2.3.2 EL RECETARIO COMO SOPORTE EDITORIAL

2.3.2.1 UN BREVE ACERCAMIENTO AL FORMATO

Los recetarios nacen, al igual que los álbumes familiares, del miedo al olvido. Se comienza a dejar constancia de las prácticas y las técnicas de cocina con el fin de aprenderlas y así pasarlas de generación en generación, pues, al igual que sucede con el resto de campos del saber, "la cocina oral teóricamente está destinada, a largo plazo, a no dejar huella de sí misma."²⁵⁷

Antonio Viudas explica de manera concisa y sencilla en qué consiste un recetario: "El recetario es un libro que contiene recetas culinarias. La receta se caracteriza por indicar los elementos que entran en la composición y elaboración de un plato de cocina y la manera en la que se prepara."²⁵⁸

Partiendo de dicha base, existen millones de variantes y tipologías de recetarios, véase los familiares escritos a mano y a ojo, los de gastronomía cultural que atribuyen cada plato a una región distinta, aquellos que vienen acompañados de imágenes o los hay

incluso ilustrados. A continuación, realizaremos un barrido de aquellos que pueden resultar relevantes para la elaboración de nuestro proyecto, desde los más populares hasta otros más innovadores y alternativos.

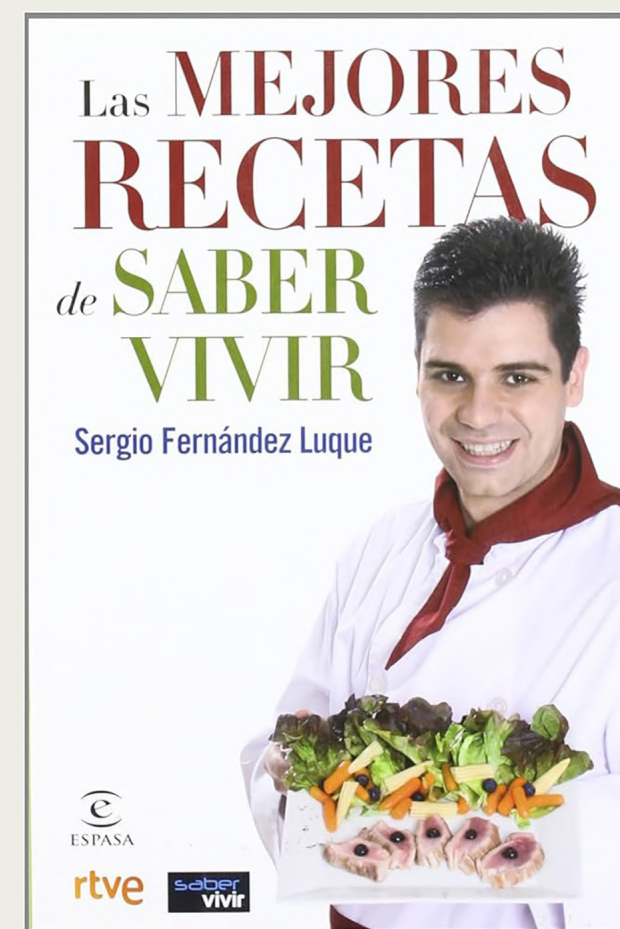
Cabe destacar que, aunque la mayoría de las recetas a nivel mundial ya están registradas y se pueden encontrar en distintos medios, los recetarios, así como las publicaciones gastronómicas, siguen estando más que vigentes. No es un género muerto, ni mucho menos, el ámbito culinario sigue generando interés y sumando adeptos, y eso se debe, en buena parte, a la gran labor creativa y de innovación que realizan cocineros y diseñadores para que eso suceda. Aunque pueda parecer lo contrario, no está todo visto en el mundo de la cocina gráfica y escrita, y estamos dispuestos a demostrarlo.

2.3.2.2 RECETARIOS ESTÁNDAR Y COMERCIALES

Actualmente, en prácticamente todas las librerías y bibliotecas hay una sección dedicada a la gastronomía, repleta de libros de cocina de toda clase y condición: cocina de autor, recetas de los chefs más famosos y galardonados del país, para niños, recetas saludables, para perder peso, repostería, recetas que se hagan en diez minutos...

Prácticamente todos esos libros, por diferentes que sean entre sí, tienen una cosa en común: proponen soluciones rápidas y prácticas para que la gente consiga un propósito. Quien quiera adelgazar tendrá las claves para ello, quien quiera convertirse en un experto de la cocina francesa podrá replicar recetas y aparentar serlo, y así sucesivamente. Podría decirse que son libros dedicados a resolver problemas, no dedicados a la comida.

Por lo general, este tipo de libros de cocina están dirigidos hacia el gran público, lo que justifica su gran funcionalidad y formato pedagógico. Sin embargo, como consecuencia de dicho pragmatismo, suelen resultar repetitivos



[fig. 24] Portada del libro "Las mejores recetas de Saber Vivir"

²⁵⁷ MONTANARI, Massimo (2004). *La comida como cultura*. Gijón: Ediciones Trea, pág. 36.

²⁵⁸ VIUDAS, Antonio (1982). *El lenguaje técnico de un recetario de cocina*, pág. 220.



[fig. 25] Recopilación de recetarios estándar

y predecibles, denotando así una falta de creatividad y dirección artística elaborada que suplen con dudosas estrategias de marketing.

Para empezar, portadas con la imagen del cocinero que, en teoría, firma el libro. Este suele ir vestido de chef y estar sujetando uno de sus platos. Además, tipografías grandes y cuestionables, a menudo de colores inexplicables e incoherentes, ocupan la mitad de la hoja, como si de su tamaño dependiera la calidad de su interior. Cuando uno se dispone a abrir el libro, se encuentra con el índice de los platos explicados, el cual suele estar en orden alfabético o acorde al orden típico de comidas (entrante, primero,



[fig. 26] Ejemplo de página interior de un recetario estándar

segundo y postre). En lo que a las recetas respecta, parece que hubiera una regla universal que obliga a todo autor de libros de cocina a reproducir el siguiente patrón: una imagen del plato ya terminado en una de las caras, mientras que en la otra están los ingredientes necesarios, cada uno con su respectiva medida, y el método de preparación.

Ahora bien, esta crítica no quiere decir que los libros no cumplan su propósito, ya que si dicha fórmula se repite, es porque funciona, resulta clara, concisa y útil para quien se dispone a replicar la receta. No obstante, no nos interesan a nivel conceptual o estético, pues carecen de

personalidad y calidad como objeto de diseño (recalcamos que no estamos evaluando la calidad culinaria de las recetas).

Hablando desde una perspectiva bastante estereotípica y generalista, el enfoque que tienen es muy parcial y comercial, como si de un diccionario o un libro de instrucciones se tratara, cuando aquello que estamos buscando es más completo, personal y atrevido. Cabe resaltar que también hay recetarios, que por clásico que sea su formato, sí que tienen un cierto diseño en mente, una coherencia visual, una jerarquía de pesos y colores... Por lo general, este tipo de recetarios se pueden atribuir a los grandes chefs que deciden publicar un libro con algunas de sus recetas. Estos suelen trabajar con estudios de diseño, fotógrafos y artistas que se encargan de la dirección artística del proyecto, de modo que refleje la esencia del cocinero representado. Esa es la principal diferencia con respecto al tipo de recetario que hemos descrito anteriormente, que supedita el diseño a cuestiones funcionales y económicas, resultando en objetos ordinarios y poco especiales.



[fig. 27] Arriba - Pliego de "El Libro Verde" de Montagud editores

[fig. 28] Abajo - Pliego del libro "MX" de Montagud editores



[fig. 29] Pliego del libro "MX" de Montagud editores

También es cierto que el formato del recetario en sí mismo es relativamente limitado, es decir, siendo puristas con respecto al concepto, los libros aquí mencionados se acotan a este y son perfectamente válidos. Por ese mismo motivo, llegamos a la conclusión de que un recetario no es suficiente para conseguir nuestro objetivo y nos disponemos así a investigar otro tipo de publicaciones gastronómicas más complejas, que contengan más que meras listas de ingredientes, gramos y temperaturas. Nosotros concebimos la comida de manera holística, como hemos evidenciado a lo largo del marco teórico, como algo más complejo y poderoso, con la capacidad de emocionar y contar historias.

2.3.2.3 EDITORIALES Y PUBLICACIONES GASTRONÓMICAS

En este apartado exploraremos una serie de editoriales y publicaciones gastronómicas que consideramos pueden ser interesantes para el desarrollo de nuestro proyecto. El mundo de la gastronomía es muy amplio y tiene una enorme relación con el del arte y el diseño, pues son dos disciplinas creativas que requieren la una de la otra. El diseño está presente en la parte culinaria y gráfica de los menús, en los libros de cocina, en el espacio de los restaurantes, en el menaje a usar. Lo bueno de ello es que la variedad y la originalidad que este ámbito permite es casi infinita, de modo que su mercado es cambiante, muy grande y con espacio para prácticamente todo tipo de proyectos. Como sería imposible analizarlos todos, hemos planteado el próximo esquema.

Tras hacer una labor previa de investigación y descubrimiento, hemos realizado la siguiente selección de proyectos, teniendo en cuenta sus respectivos estilos editoriales, ilustrativos y fotográficos, así como su contenido. Para un mejor análisis y una mejor comparación,

se ordenarán de manera gradual, es decir, comenzando por los más minimalistas y terminando por los más atrevidos o como preferimos llamarlos, "diseños para jugar".

Aquellos diseños minimalistas que vamos a exponer resultan novedosos, exitosos y aportan algo nuevo, tienen un valor añadido pese a su sencillez. Cabe resaltar que la corriente del minimalismo defiende que menos es más, y no por ello que el diseño deba ser aburrido ni predecible.

Por otro lado, encontramos la corriente a la que hemos denominado como "diseños para jugar", es decir, diseños donde abunda el color, una gran variedad de tipografías que interactúan entre sí, ilustraciones divertidas. Podría decirse que son tipos de publicaciones que buscan sacar el lado más humano del lector, de modo que disfrute leyendo y apreciando la estética del objeto. Sin llegar a entrar en la corriente del maximalismo que defiende la premisa de que "más es más", los siguientes diseños rozan dicha idea y se encuentran más próxima a ella que al minimalismo.

Nos gustaría recordar que las próximas creaciones son referentes y una fuente de inspiración, pero no dejan de ser competencia de la que aprender y mejorar.

A continuación, un breve "índice" de las publicaciones seleccionadas expuestas en orden de aparición.

1
So Good Magazine

2
Apicius

3
Moé Takemura

4
Food History

5
FIKA. Homemade
is best.

The In Vitro Meat
Cook Book
6

Tapas
7

Recipe Cards
8

Club de Gourmets
9

Mañanitas
10

Hambre Magazine
11

Sandwich Book
12

DISEÑOS MINIMALISTAS

DISEÑOS PARA JUGAR

2.3.2.3.1 SO GOOD MAGAZINE

“So Good” es una revista dedicada a la alta pastelería o, como a ellos les gusta referirse a ella, “haute pâtisserie”. Dirigida desde Barcelona y con sedes en varias ciudades del mundo, “So Good” tiene una visión y un alcance internacional, siendo así su contenido una colaboración entre creadores de distintas nacionalidades.²⁵⁹

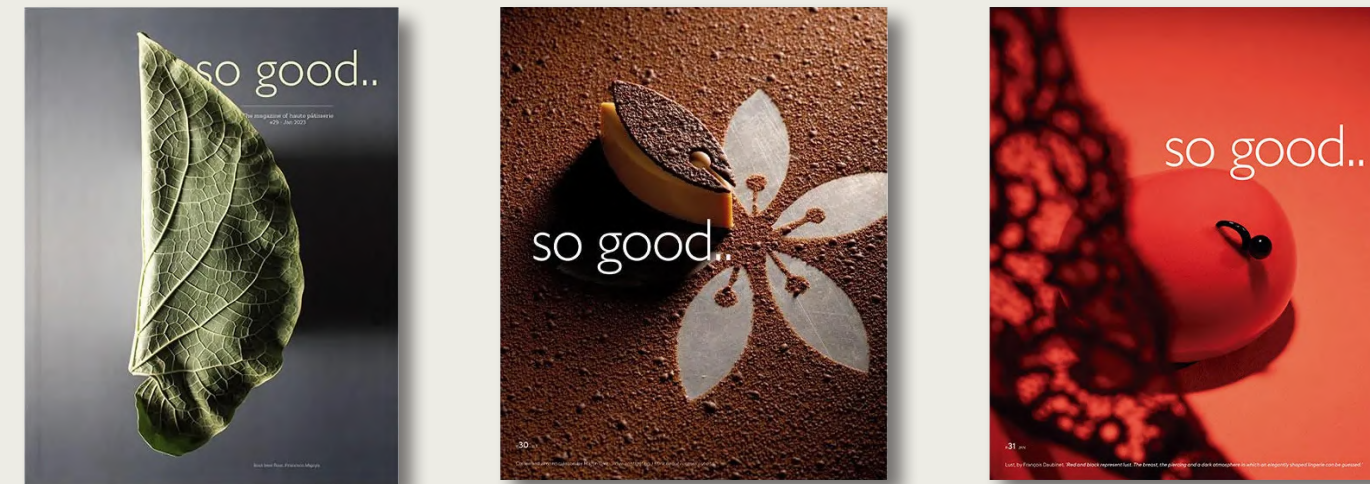
Se trata de un tipo de publicación que podría casi clasificarse dentro del mundo de la exclusividad y el lujo. Sus decisiones estratégicas y su diseño logran dar dicha impresión. El hecho de que esta únicamente decida publicar dos números por año ya da una imagen totalmente distinta al resto de revistas del mercado, cuya frecuencia suele ser mucho mayor, mensual como mínimo. Así, además de por un precio por producto más elevado, se posicionan por encima de la gran mayoría de publicaciones gastronómicas, en concreto, de aquellas enfocadas al mundo dulce.

No obstante, aquello que verdaderamente transmite dicha imagen de suntuosidad y riqueza, es el diseño de sus revistas. Todo lo que las rodea está cuidadosamente estudiado y desarrollado,

desde la parte visual hasta la física.

Para empezar, es una revista que publica varias de sus recetas y sus artículos online, mientras que sus unidades publicadas en papel son mucho más escasas y por ello, difíciles de conseguir, una decisión arriesgada que les diferencia de la gran mayoría de editoriales y denota la confianza que tienen en sus ideas. Además de tener una mentalidad muy acorde a la tendencia del “quiet luxury” o lujo silencioso, lanzan un mensaje de aprecio y valoración hacia la tradición y el trabajo bien hecho. El broche final que remata su respeto hacia la imprenta es su producción local y responsable, así como una selección de materiales ecológicos, siempre provenientes de bosques protegidos de donde obtener papeles libres de químicos.²⁶⁰ Finalmente, optan por una encuadernación encolada y sin anillas, acorde a la limpieza y sutileza que les caracteriza.

Como se puede apreciar en las imágenes de la derecha, que corresponden a los tres últimos números que han visto la luz, el diseño gráfico de sus portadas acompaña y respalda al diseño de producto descrito previamente. Son portadas sencillas, delicadas, limpias y elegantes en las



[fig. 30] Portadas de los números 29, 30 y 31 de “So Good Magazine” (orden de izquierda a derecha)

que los postres se presentan como si de piezas de joyería se tratase. Constan de dos elementos de altísima calidad que conviven pacíficamente el uno con el otro, y, verdaderamente, no les hace falta nada más. Una fotografía de producto profesional ocupa la totalidad de la hoja y actúa a modo de fondo, mientras que el título de la revista, escrito en una tipografía fina, redondeada y de palo seco, se posiciona en función a la imagen de debajo, siempre jugando con ella y

respetándola de modo que el resultado final de la composición esté compensado y equilibrado. Además, se puede apreciar un pequeño texto adicional que aporta un cierto nivel de detalle sin apenas intervenir, dándole toda la atención a los verdaderos protagonistas.

²⁵⁹ Fuente - SO GOOD MAGAZINE: <https://www.sogoodmagazine.com/about/>

²⁶⁰ Ibidem



[fig. 31] Pliego del nº28 de "So Good Magazine"

Las páginas interiores de la revista mantienen la coherencia de su cubierta. En ellas hay recetas y artículos escritos en discretas tipografías sin serifa, generalmente en tamaños pequeños, incluso en lo que a los títulos se refiere. De ese modo, el blanco y gris claro que caracteriza sus fondos se convierten en otro elemento constituyente del diseño. Los fondos y los márgenes se tienen muy en cuenta y se les da la importancia que merecen, pues gracias a ellos el diseño es limpio y claro, respira, transmitiendo así



[fig. 32] Pliego del nº27 de "So Good Magazine"

dicho alto estatus de la marca. Otro detalle que enmarca a esta revista dentro del minimalismo es su paleta cromática, que se nutre de tonos lisos y neutrales, blanco, negro y gris, con ciertos toques de color ocasionales.

Cabe destacar que en "So Good" apuestan por la fotografía y descartan la ilustración para sus imágenes. Aunque hay estilos ilustrativos rectos, lineales y neutrales que podrían adaptarse a la estética de la revista, consideramos que es

una decisión acertada prescindir de ellos, pues en su caso, la fotografía es indiscutiblemente la protagonista y estrella de sus páginas.

Su estilo fotográfico, además de plasmar su identidad a la perfección, es bellissimo y de una enorme calidad. La mayoría de sus imágenes pretenden ensalzar el producto fotografiado, que todas las miradas vayan a él y no haya nada que pueda ensuciarlo ni distraer al espectador de admirarlo. Para ello, emplean fondos discretos y una iluminación artificial, por ende, más contralada y regulable, que acompañan al producto y le convierten en el foco de todas las miradas. En sus resultados se aprecian los detalles y las texturas de lo fotografiado, dando una impresión muy realista y apetecible, invitando al lector a convertirse en comensal.

En "So Good" prescinden de todo aquello que no sea necesario, desde menaje y atrezos en sus fotografías hasta tamaños excesivos en sus textos. Todo lo que no suma, resta. Es por ese motivo que rechazan la tan extendida corriente actual que aboga por lo abundante y mediocre, ellos confían en fórmulas más sencillas, pero de gran calaña. Su seguridad y determinación, que

compaginan con la delicadeza y sensibilidad, es precisamente lo que ha logrado que muchos la consideren la mejor revista de pastelería y repostería del mundo.

Además, recientemente, "So Good" ha presentado a la que se considera su hermana pequeña, "So Cool", donde de la mano de "Arte Heladero" (que también cuenta con publicaciones interesantes a nivel editorial), se dedican a ilustrar y enseñar acerca del universo de los helados. Esta nueva incorporación no hace más que demostrar el éxito de la revista y reafirmar la necesidad que existe a nivel mundial por publicaciones exigentes y comprometidas con el buen hacer.



[fig. 33] Fotografía del n°30 de "So Good Magazine"



[fig. 34] Fotografía del n°29 de "So Good Magazine"

2.3.2.3.2 APICIUS

Considerada la mejor publicación del mundo según los Gourmand World Cookbook Awards en su última edición, así como Premio Nacional de Gastronomía a la Mejor Publicación²⁶¹, la revista "Apicius" sitúa al diseño editorial gastronómico en lo más alto. Esta revista española corre a cargo de la editorial Montagud, que lleva documentando la cocina española desde 1906 y que actualmente está dirigida por Javier Antoja.²⁶²

"Apicius" comparte muchas similitudes con la revista que hemos comentado anteriormente, "So Good", pues también se puede considerar una publicación exclusiva y de lujo, que solo se publica semestralmente y priorizando el papel. De hecho, en su caso, sí que es prácticamente imposible acceder a los artículos y las recetas de sus libros de forma virtual.

Se trata de la revista idónea para aquellos que quieren estar al día de la alta gastronomía, de las recomendaciones de los chefs más prestigiosos y las técnicas de vanguardia. Como debe ser, su diseño es un fiel reflejo de dicha labor: maduro, sobrio y con gusto.

También confiando en la premisa de que menos es más, repiten un patrón similar a la revista anterior: fotografías de producto de muy alta resolución, colores neutros y suaves, y un uso de la tipografía recatado en el que predominan la austeridad y las líneas rectas.

No obstante, en su caso, el minimalismo y el ansia perfeccionista se perciben en menor medida, pues en sus fotografías deciden incluir ciertos elementos humanos que remiten a la vida, a la cocina y la restauración. Dichas piezas distintivas son las manos, los platos o la cubertería. Se tratan de imágenes que siguen priorizando la comida y el producto, pero desde un punto de vista más cercano. Además, esa calidez también se puede sentir a través del tono beige o blanco roto que tienen sus páginas, que da una impresión más familiar que el blanco puro.

²⁶¹ Fuente - APICIUS, Librería Gastronómica: <https://www.libreriagastronomica.com/apicius>

²⁶² Fuente - APICIUS, Instagram: https://www.instagram.com/apicius_me?igsh=MmYxbnNxnnowaGo4



[fig. 35] Pliego del nº37 de "Apicius"



[fig. 38] Portada del nº31 de "Apicius"



[fig. 39] Portada del nº37 de "Apicius"



[fig. 40] Portada del nº39 de "Apicius"

De nuevo, como es habitual en las publicaciones de alta calidad, la coherencia entre interior y exterior no falla, está presente en todos sus libros.

No obstante, sí que se puede percibir una ligera falta de recurrencia en las portadas de sus distintos números. Si los comparamos unos con otros, es evidente que no siguen un formato estable y homogéneo. Aunque todos transmiten la misma esencia que permite identificar la publicación de la que se trata, cada uno sigue un esquema diferente, o, mejor dicho, funciona independientemente porque no tiene ningún esquema al que acatarse.

Como se puede apreciar al contrastar estas tres imágenes, cada una de ellas muestra el título de manera completamente dispar. Mientras que el nº37 se limita a usar el logotipo de la revista, los números 31 y 39 apuestan por usar la palabra completa, y, aun así, cada uno con tipografías desiguales que no hablan el mismo lenguaje. A pesar de que es un detalle que aporta frescura y originalidad a cada lanzamiento, consideramos que no es lo óptimo porque puede confundir al público y denota una falta de contundencia y personalidad en el diseño. Consideramos que

la coherencia es una de las claves, sino la más importante, para que una publicación pueda considerarse excelente, un ejemplo a seguir.

Por lo demás, tampoco creemos que en una revista de alto standing sea apropiado mostrar el código de barras y otros símbolos publicitarios en la cubierta delantera.

A pesar de dichas consideraciones, creemos que "Apicius" es una gran revista que hay que conocer en el sector editorial gastronómico de España, que hace un trabajo de recopilación e investigación envidiable a nivel culinario, sabiéndolo complementar con un diseño práctico a la vez que estético.

2.3.2.33 MOÉ TAKEMURA

Moé Takemura es una diseñadora japonesa responsable de los libros "The Foreign Japanese Kitchen" (2012) y "Foreign Japanese Sweets" (2014). A través de ambos pretende acercar la cocina japonesa al mundo occidental, proponiendo sustituciones de ingredientes y técnicas de modo que sus recetas se puedan replicar sin complicaciones.²⁶³

Se tratan de dos libros muy similares en lo que a diseño respecta, ambos inspiran esencia japonesa nada más verlos, y no solo porque estén parcialmente escritos en japonés. La estética de las páginas es lo más minimalista, metódica y coherente posible, siendo la muestra perfecta de la simplificación material japonesa que también se puede apreciar en las obras de artistas como Hiroshi Kitamura o Ruth Asawa.

Para cada receta, Takemura dispone los ingredientes y utensilios necesarios sobre un fondo blanco, con una breve descripción realizada en una pequeña tipografía de palo seco debajo de ellos. Después acompaña al lector a lo largo de toda la elaboración, cocinando a la par,

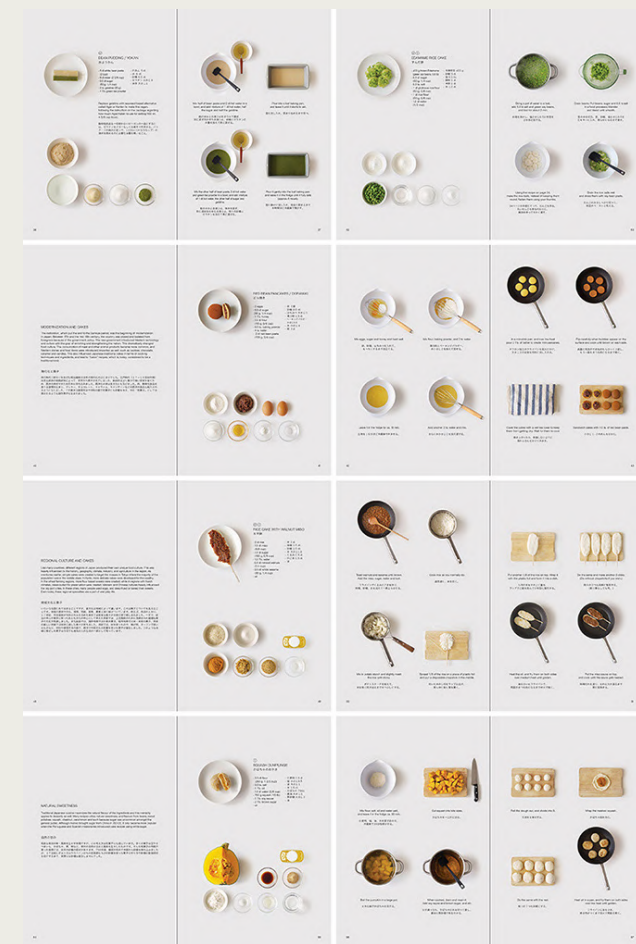
mostrando siempre desde una vista cenital cómo debe proceder para conseguir el resultado deseado.

La cohesión visual y conceptual de los libros tanto individual como colectivamente, es indiscutible. La diseñadora siempre mantiene la misma paleta cromática, tipografía y fotografía, tanto en lo que a edición como a perspectiva respecta. Nunca aparecen las manos de la cocinera en escena, respetando la limpieza de las imágenes. Asimismo, siempre opta por un ajuar sencillo y sin ningún tipo de ornamento ni de tono llamativo. Además, la disposición de los ingredientes, los platos y demás instrumentos, siempre está perfectamente encuadrada para que la composición resulte lo más simétrica y ordenada posible.

Al igual que en el resto de ejemplos de diseño minimalista que hemos mostrado anteriormente, en este también destaca la ilustración por su ausencia. La fotografía suele ser una herramienta más realista, funcional y madura, y, por lo tanto, más popular entre este tipo de publicaciones. No obstante, eso no quiere decir que no se pueda emplear y adaptar al mensaje que se quiere

comunicar, como veremos a continuación en otro caso de diseño editorial.

La obra de Takemura podrá resultar más o menos interesante según el gusto de cada persona, pero no se puede cuestionar su atención al detalle, su delicadeza y su genuina visión personal, que además es un fiel emblema de su tierra y del motivo que quiere expresar por medio de sus libros.



[fig. 41] Páginas del libro "The Foreign Japanese Kitchen"

²⁶³ Fuente - CARGO COLLECTIVE: <https://cargocollective.com/moe-takemura/The-Foreign-Japanese-Kitchen>

2.3.2.3.4 FOOD HISTORY

Desde el estudio español "Papila", el primer estudio de diseño especializado en todo lo que rodea a la experiencia de comer, llega el libro "Food History".²⁶⁴ Se trata de un proyecto en el que, a través de infografías muy sencillas, uno puede aprender acerca de los orígenes de los alimentos, la evolución de la cocina, los cambios que ha ido sufriendo el concepto de "comida"... Es un libro educativo tanto para niños como para adultos.

En este caso, el diseño editorial resulta especialmente interesante, pues no es habitual encontrar libros completos que sigan un formato tan cercano a la infografía. Sus páginas se construyen a base de pequeños textos e iconos que simbolizan, por medio de un gráfico simplificado, diferentes objetos, animales o plantas de la vida real.



[fig. 42] Portada y páginas del libro "Food History"

264 Fuente - PAPILA: <https://www.papila.es/project/quienes-somos/>

Como se puede apreciar, emplean una paleta cromática muy limitada, blanco, negro y rojo, siempre en tintas planas sin degradados. La tipografía de palo seco complementa a la gama cromática, creando una especie de libro pedagógico de diseño.

Hemos considerado relevante destacar este trabajo en concreto para demostrar que la ilustración no está reñida con el minimalismo, a la vez que el minimalismo puede aplicarse de maneras menos convencionales. Es más, en este caso, la parte visual corre enteramente a cargo de los gráficos en lugar de las fotografías.

2.3.2.3.5 FIKA. HOMEMADE IS BEST

Como parte de una campaña publicitaria que la agencia "Forsman & Bodenfors" realizó para la empresa sueca IKEA en 2010, surge el siguiente libro, "FIKA. Homemade is best".²⁶⁵ Fika es el equivalente sueco a la hora del té inglesa o la merienda española, es el momento de pausa y socialización a media tarde en el que tomarse un café y comer algo.²⁶⁶ Amparados bajo ese título, realizaron un libro donde mostraban cómo preparar treinta recetas de postres típicos suecos.

Siendo un proyecto para IKEA, este no podía no tener su sello de identidad, que tan único e internacional es. Es una empresa de mobiliario y productos del hogar que se caracteriza por su estilo nórdico, funcional y minimalista, así como por la peculiaridad de que es el comprador quien debe montar sus propios muebles. Siguiendo dicha línea, el libro actúa de la misma manera que los manuales de instrucciones que siempre incorporan en el resto de su mercancía, mostrando los ingredientes necesarios para cada receta y otorgándoles el protagonismo. Acompañando a cada bodegón de ingredientes se encuentra el resultado final donde comprobar cómo debería ser cada postre.



[fig. 43] Fotografías del libro "FIKA. Homemade is best"

265 Fuente - ADS OF THE WORLD: <https://www.adsoftheworld.com/campaigns/homemade-is-best>

266 Fuente - NORDIC VISITOR: <https://www.nordicvisitor.com/blog/nordic-eats-the-swedish-art-of-fika/#:~:text=The%20word%20fika%20is%20pronounced,something%20sweet%20on%20the%20side.>

Carl Kleiner, que fue el responsable fotográfico del proyecto, se percató de lo siguiente: "El 90% de todas las fotografías de los libros de repostería son extremadamente parecidas. Queríamos probar algo diferente y presentar las recetas de una manera totalmente novedosa."²⁶⁷ Inspirándose en las presentaciones de alta costura y el minimalismo japonés, como ellos mismos han afirmado, deciden crear sus imágenes desde un plano cenital y sobre fondos lisos y coloridos, sin delimitar su paleta cromática.

Se trata de un proyecto similar al de Moé Takemura que hemos comentado anteriormente, que, de hecho, pudo haberse inspirado en este pues es un par de años posterior. Independientemente de ello, aunque ambos compartan cualidades como el orden y el respeto hacia las formas geométricas, es importante resaltar sus respectivas identidades. Sí, son muy parecidos entre sí, y, aun así, logran ser perfectamente inconfundibles. Dicha virtud viene dada por los aparentemente insignificantes detalles del diseño.

La idea de montar tu propia tarta, aunque siempre se debe hacer si esta se cocina en casa, no puede casar mejor con la forma de ser de IKEA, pareciendo algo completamente original y nunca visto antes al presentarse de tal manera. Los elementos que rodean al concepto, como los fondos vibrantes, la limpieza y la aparente ausencia de texto, gritan IKEA. Haciendo un uso ejemplar del color, saben presentar la austeridad sin que resulte aburrida. Hacen de lo más pragmático, que es seguir una receta, que, al fin y al cabo, no es más que un manual de instrucciones, un juego.



[fig. 44] Composición con fotografías del libro "FIKA. Homemade is best"

²⁶⁷ Fuente - ADS OF THE WORLD: <https://www.adsoftheworld.com/campaigns/homemade-is-best>

2.3.2.36 THE IN VITRO MEAT COOKBOOK

“The In Vitro Meat Cookbook” es un libro que se publicó en 2014 con una mirada hacia el futuro de la industria cárnica. Se trata de un libro de recetas que no se pueden cocinar todavía, pues son recetas pensadas para el futuro, para hacer con carne creada en laboratorios, no procedente de animales. La carne elaborada a base de células es una de las alternativas que se proponen para cuando el consumo de carne tal y como conocemos actualmente, ya no sea una opción viable. Es un recetario no tanto gastronómico, sino científico y social, que propone un debate ético acerca de los hábitos alimenticios del ser humano.²⁶⁸

Para promover dicho discurso y hacerlo lo más atractivo y ameno posible, debían acompañarlo de un diseño amable a la par que serio. Encontraron que dicho efecto lo proporcionaba la ilustración científica, en este caso realizada únicamente en bolígrafo de tinta roja. Consideramos que fue un acierto absoluto escoger dicho estilo ilustrativo para el tema a tratar, pues remite a la parte más científica de la gastronomía, exactamente igual que hace el

mensaje de la publicación. Además, el tono rojo no fue aleatorio, se escogió para remitir al color de la carne cruda.

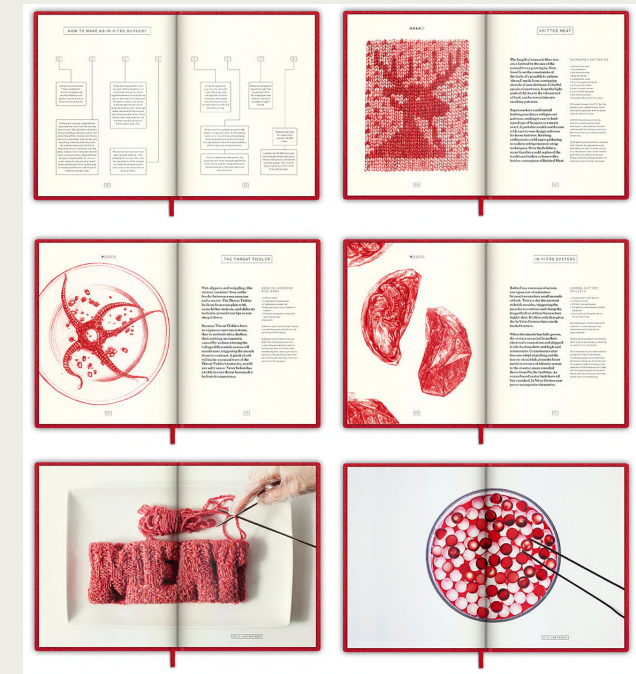
Como se puede apreciar, las ilustraciones suavizan las imágenes, que fotografiadas podrían ser hasta desagradables. Son figurativas y muy convincentes, gracias a la buena mano del artista, pero aun así se permiten licencias creativas, imaginativas y menos realistas que ayudan a visualizar la historia del texto, véase el rollo en el que el papel es sustituido por beicon. Algunas de ellas se podrían considerar hasta irónicas y humorísticas.

Las ilustraciones complementan a la historia sin llegar a interactuar con el texto, se comportan como dos elementos individuales, respetando así los espacios en blanco y los márgenes, dando una sensación de limpieza y claridad.

A lo largo del libro hay un código tipográfico que permite diferenciar la teoría de la práctica, por así decirlo. Las recetas están escritas en una tipografía más discreta y fría, sin serifa y con un interlineado superior, mientras que las historias aparte se presentan en una tipografía con

serifa, de mayor tamaño y menos aireada. Dicha distinción formal ayuda a la hora de diferenciar los tipos de mensajes y a compensar, a la vez que dinamizar, la composición visual y los pesos de los pliegos.

Además de por las cualidades que hemos mencionado antes, hemos considerado preciso resaltar este peculiar proyecto para demostrar cómo un buen diseño puede transformar completamente la manera en la que se concibe una idea. Combinando y contrastando elementos siguiendo un buen criterio, han logrado crear una historia coherente a la vez que atractiva e intrigante.



[fig. 45] Páginas del libro “The In Vitro Meat Cookbook”

²⁶⁸ Fuente - THE IN VITRO MEAT COOKBOOK: <https://nextnature.net/shop/products/the-in-vitro-meat-cookbook>



[fig. 46] Pliego del libro "The In Vitro Meat Cookbook"



[fig. 47] Pliego del libro "The In Vitro Meat Cookbook"

2.3.2.3.7 RECIPE CARDS

Desde Softedge Studio rescatamos el proyecto de las llamadas "Recipe Cards", que son tarjetas aisladas de recetas concebidas para recopilar en archivadores. Cada tarjeta contiene una única receta y dos agujeros laterales, de modo que se pueda archivar fácilmente en cualquier carpeta que concuerde con dicho formato. De hecho, el formato responde al propósito del proyecto, que es la puesta en común, compartir y regalar la comida entre los seres queridos. De esta manera, cualquiera puede encontrar un lugar donde almacenar su tarjeta.²⁶⁹

Las imágenes de las tarjetas son un reflejo de aquello que se espera que este proyecto promueva, que son las comidas compartidas, dedicarle tiempo a la elaboración de los platos, las sobremesas...

El diseño general de la ficha da la impresión de querer simular una Polaroid, tanto por la edición de las instantáneas como por su disposición con relación al espacio en blanco restante. Es un recurso interesante porque es intergeneracional, apela tanto a los más mayores como a los más

jóvenes que están reviviendo dicha moda. De hecho, el conjunto de las postales juntas genera una sensación de cercanía y familiaridad, pues al no estar encuadradas, cosidas ni encoladas, sino sueltas, recuerdan a las fotografías que se introducen en los álbumes fotográficos, teniendo cada dueño la libertad de organizarlas libremente.

Las tipografías están escogidas con gusto, a pesar de pertenecer a familias distintas se equilibran la una a la otra sin tener demasiado protagonismo. El hecho de que todo el texto esté en rojo y relativamente condensado (sin un interlineado excesivo) aporta un cierto contraste con las imágenes que es de agradecer. Además, tiene una reminiscencia a los menús de distintas cadenas de restauración, muchas de ellas de comida rápida, que tienden a emplear este tono.

La totalidad estética es muy placentera, informal sin resultar vulgar, reconfortante a la vez que viva y potente. Un ligero aire vintage la envuelve y potencia el concepto que sus creadores querían transmitir. Destacamos la buena elección del formato para ayudarles a lograr su objetivo.



[fig. 48] Fotografía del proyecto "Recipe Cards"



[fig. 49] Recipe Card n°3

²⁶⁹ Fuente - SOFTEDGE STUDIO: <https://softedge.studio/products/recipe-cards?variant=41336833867821>

2.3.2.3.8 TAPAS

La revista "Tapas" nace en el año 2015 de la mano del director y editor Andrés Rodríguez, figura importante dentro del sector editorial en España tras haber trabajado en empresas como Forbes o Esquire, arropadas bajo los brazos de Spainmedia.²⁷⁰ Esta realiza una publicación mensual tanto en castellano como en inglés, apuntando así más allá de nuestras fronteras. Solamente un año después de su lanzamiento, la revista ya recibió el Premio Nacional de Gastronomía, convirtiéndose así en uno de los principales referentes en lo que a publicaciones gastronómicas respecta.²⁷¹ ¿Cómo ha logrado posicionarse en lo más alto a tal velocidad?

Se debe a varios motivos. El primero de ellos es el momento en el que decidieron darse a conocer, época dorada de la gastronomía española. El segundo es la idea por la que abogan, que es ser una revista sobre gente, no sobre gastronomía. Su discurso parte del concepto de comida como nexo entre personas, pues es aquello que nos une a todos independientemente de dónde vengamos o dónde nos encontremos.²⁷²

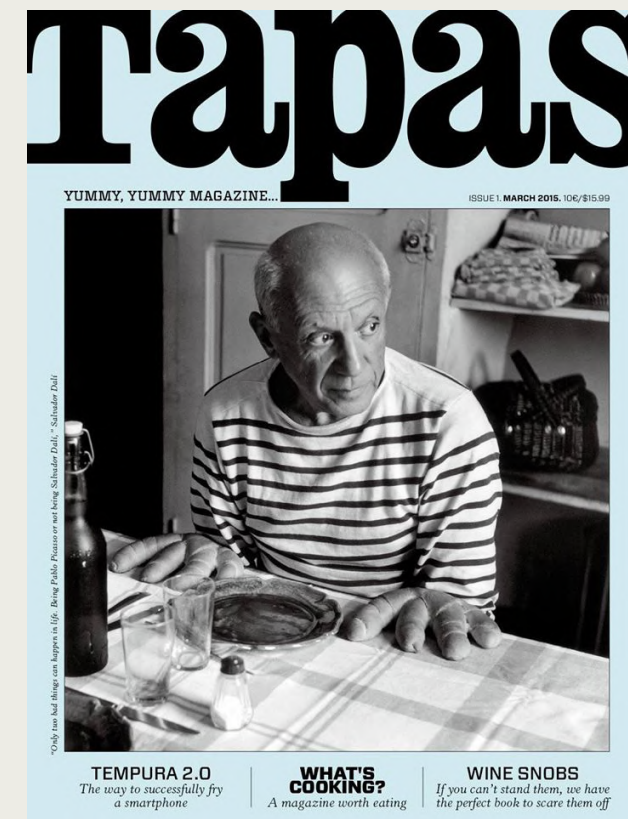
De manera muy inteligente, han logrado plasmar su misión e identidad a través de numerosos elementos visuales y gráficos. Para empezar, el nombre, "Tapas", que es reconocible internacionalmente aun remitiendo al país de origen, España. Después, el diseño de su portada, que se lleva manteniendo igual desde el primer número hasta el último, como se puede apreciar en las imágenes de la derecha. Esta consta de un fondo plano y homogéneo en un solo color, sobre el que se disponen varios componentes en tres franjas diferenciadas. En la primera el título, que, escrito en una tipografía egipcia, gruesa y con terminaciones notorias²⁷³, no respeta ningún margen dando así la impresión de querer salirse del papel. En la segunda franja siempre podemos encontrar una imagen encuadrada y justificada al centro que ocupa la mayoría de la hoja. Las imágenes que seleccionan para esta nunca son aleatorias, pues son siempre potentes y llamativas, además de por su composición artística, porque suelen situar como protagonistas al tema del número en forma de celebridades (ya sean fotos o ilustraciones), dejando entrever así que la comida es secundaria, es el acompañamiento a la vida de la gente. Por último, en la tercera franja, se pueden leer los

270 MALDONADO, Lorena (2016). "La revista "Tapas" recibe el Premio Nacional de Gastronomía". *El Español*. Recuperado de https://www.elespanol.com/cultura/20160606/130487442_0.html.

271 Íbidem

272 Íbidem

273 ARDÍ, Enric (2016). *Pensar con imágenes*. Barcelona: Gustavo Gili.



[fig. 50] Portada del nº1 de "Tapas" (2015)



[fig. 51] Portada del nº92 de "Tapas" (2024)

títulos de tres de los artículos que contiene cada número, estando cada uno de ellos separado por finas líneas verticales.

En lo que a las páginas interiores respecta, se puede ver la coherencia con su exterior, se mantiene la picardía, la ironía y un lenguaje cotidiano y cercano. Se puede apreciar en las tipografías que escogen cómo el cuerpo del libro habla el mismo lenguaje que la portada: "una tipografía grotesca para los titulares y destacados, y una romana, tipo veneciana, para el cuerpo del texto. Vemos que en los titulares se usa una fuente black, con fuertes espesores en el cuerpo del tipo, aunque para algunos destacados, entresacados y entradillas, se usa otra tipografía, en este caso de tipo light. Todo ello se combina con el uso de filetes, y el empleo magistral de los blancos, para conferir al producto final una sobriedad envidiable."²⁷⁴ Además, para cada proyecto trabajan con distintos fotógrafos e ilustradores en función de lo que creen que al número le conviene, respetando la idea por encima de todo.²⁷⁵ Son todo un ejemplo de cómo hacer funcionar la colaboración entre distintas disciplinas de manera fresca y original.



[fig. 52] Pliego del n°64 de "Tapas" (2021)

También queremos destacar su predilección por el papel, pues a pesar de también tener una web donde publican sus artículos, siguen apostando por una impresión de calidad. Con un papel rugoso de alto gramaje, un acabado mate y una encuadración limpia, se diferencian de las típicas revistas satinadas con papeles finos que transmiten la sensación de fragilidad y descuido.²⁷⁶ "Tapas" ofrece más que una revista, ofrece un objeto editorial de valor y calidad que aguanta frente al paso del tiempo.

274 Fuente - PILAF STUDIOS: <https://www.pilafestudio.com/disenio-editorial-revista-tapas/>

275 Fuente - CHICHA PROYECTOS: <https://www.chichaproyectos.org/tapas-magazine/>

276 Fuente - PILAF STUDIOS: <https://www.pilafestudio.com/disenio-editorial-revista-tapas/>

Cuando les preguntan por qué siguen manteniendo su publicación escrita cuando ya la tienen online, esta es su respuesta: "Porque creemos en el papel en tiempos en los que pocos lo hacen. Sin embargo, existe un público que sigue buscando revistas como esta, revistas que no son "de usar y tirar", sino que muchísima gente colecciona. Ese es el valor del papel."²⁷⁷

"Tapas" ha asegurado su hueco en el sector editorial gastronómico no solo por tener un gran mensaje, sino porque saben cómo contarlo sin perder nunca su esencia. Han encontrado un diseño que funciona, que atrae al lector y hace que quiera quedarse, y es por ello que nunca, incluso con cambios en la plantilla (la llegada de un nuevo director creativo, Luis Rodríguez)²⁷⁸, se han planteado cambiarlo.

277 Fuente - CULTURA FOTOGRAFICA: <https://culturafotografica.es/tapas-magazine/>

278 Fuente - TAPAS MAGAZINE: <https://www.tapasmagazine.es/staff/>

2.3.2.3.9 CLUB DE GOURMETS

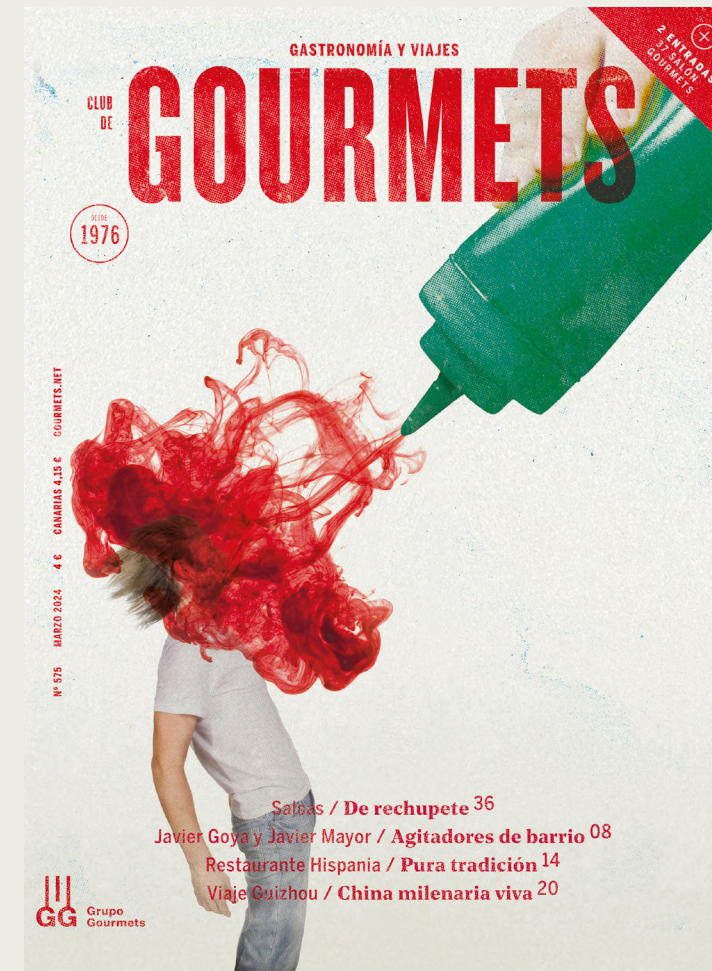
“Club de Gourmets” es uno de los grupos pioneros en lo que a documentación y homenaje gastronómico respecta en España. Nacida en el año 1976, esta revista se dedica a plasmar la realidad culinaria y etnográfica del panorama español del momento. Durante todos estos años han ido dejando constancia de la evolución que ha sufrido la cocina española, han vivido y compartido el desarrollo de “La Nueva Cocina Española”.²⁷⁹

Lo interesante de esta editorial es que, a pesar de tener un enfoque profesional, sabe combinarlo con un diseño atrevido y distinto a lo establecido. Como se puede apreciar en las portadas de los números aquí mostrados, las metáforas visuales y los collages digitales juegan un papel importante a la hora de conseguir la imagen deseada. Sus composiciones son variadas y distintas entre sí, pero lo suficientemente distintivas y reconocibles como para saber a qué revista pertenecen. El posicionamiento constante del logotipo en la esquina inferior izquierda, así como el del título centrado en la franja superior y siempre en la misma tipografía mayúscula, gruesa y sans serif,

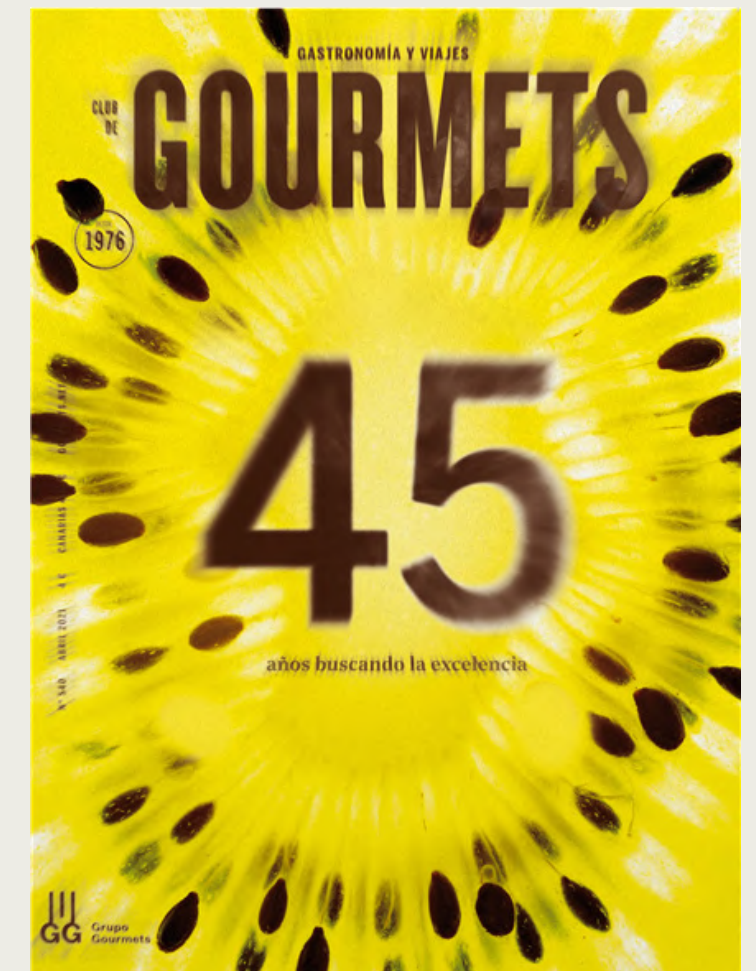
son recursos que ayudan a definir su imagen e identidad de marca.

Comparte varias cualidades con “Tapas”, la revista comentada previamente, como su convicción por las publicaciones impresas además de virtuales y la buena calidad material de las mismas. No obstante, son tipos de publicaciones distintas y claramente diferenciables.

Aquello que nos gustaría resaltar de “Club de Gourmets” es su libertad artística, pues gracias a un buen diseño editorial, puede permitirse hablar acerca de los chefs más influyentes del momento o hacer recomendaciones muy fiables en lo que al sector de la restauración respecta, desde un lenguaje visual divertido a la vez que adulto e ingenioso.



[fig. 53] Portada del n°575 de “Club de Gourmets” (2024)



[fig. 54] Portada del n°340 de “Club de Gourmets” (2021)

279 Fuente - CLUB DE GOURMETS: https://www.gourmets.net/club-vinos-gourmets/publicaciones?product_id=202#:~:text=La%20revista%20deca%C3%B1a,durante%20los%20%C3%9altimos%2048%20a%C3%B1os

2.3.2.3.10 CLAUDIA POLO

Conocida en redes sociales como @soulinthekitchen, Claudia Polo estudió Gastronomía y Ciencias Culinarias para ahora ser creadora de contenido gastronómico, redactora en medios como "El Comidista" o "El País Gastro", creadora de recetas para restaurantes emergentes como "Pan Soul" y hasta escritora y editora de sus propios libros de cocina.²⁸⁰

Esta joven aragonesa está cambiando la manera en la que sus miles de seguidores se relacionan con la comida, demostrando la cantidad de niveles que la trascienden y cómo aproximarse correctamente a cada uno de ellos. Es una de las grandes defensoras de la cocina consciente, de los productos de proximidad y de temporada, y de desmentir mitos como el que afirma que comer saludable es sinónimo de adelgazar.

"Gracias a mis padres, en mi casa la comida siempre tuvo un peso muy importante"²⁸¹ dice Claudia, a quien le han inculcado el poder del aperitivo, la sobremesa y la compañía al disfrutar de un plato. A través de sus coloridas y humildes recetas, ha conseguido crear una comunidad

segura y reconfortante a la que transmitir aquello que en su casa le transmitieron a ella.

Además de admirar el mensaje de esta joven chef, admiramos su espíritu creador y el amor que muestra a la hora de comunicar su discurso, siempre buscando formas cuidadas y diversas de hacerlo. Aportando ella sus habilidades y conocimientos acerca de la comida, colabora con otros emergentes artistas y diseñadores para crear nuevos medios de difusión ajenos a las redes.

²⁸⁰ Fuente - COOK AND CHEF INSTITUTE: <https://www.cookandchefinstitute.com/es/actualidad/entrevista-con-claudia-polo-soul-kitchen>

²⁸¹ Fuente - VOGUE SPAIN: <https://www.vogue.es/articulos/claudia-polo-soulinthekitchen-recetas-cocina-consciente>

Mañanitas

En el año 2021, junto con la ilustradora Blasina Rocher, Claudia publicó su primer libro, "Mañanitas: desayunos y rituales". "Es una oda al desayuno"²⁸² cuentan en las primeras páginas del libro, y no se quedan cortas al decirlo, pues esta publicación es una declaración de amor al autocuidado a través de la comida. El desayuno se suele pasar por alto, y este libro te obliga a detenerte en él y ralentizar el ritmo de tus mañanas. No lo logra únicamente a través de sus textos, sino a través de la belleza y la calidad del objeto en sí.

Con la cubierta en tapa dura y un papel mate de alto gramaje conformando el cuerpo del libro, el objeto cuenta con una consistencia y una presencia digna de admirar. Además de ser una oda al desayuno, es una oda al diseño divertido y al eclecticismo coherente, pues combina multitud de colores y formas sin perder nunca el sentido. Podríamos afirmar que el hilo conductor que enlaza los diez capítulos entre sí es la recurrencia estilística, tanto tipográfica como ilustrativa, además de un uso del color versátil y llamativo.

²⁸² POLO, Claudia; ROSCHER, Blasina (2021). *Mañanitas: desayunos y rituales*. España: Editorial Independiente, pág. 3.



[fig. 55] Fotografía del libro "Mañanitas" (2021)

Las ilustraciones de Blasina son inconfundibles y le aportan un carácter tremendamente personal y único al libro. Estas están llenas de colores vivos y alegres, con un acabado manual, artesanal y ligeramente naif, como si con ceras se hubieran hecho. Se pueden encontrar a lo largo de todas las páginas, en ocasiones siendo las absolutas protagonistas del pliego, y en otras de manera mucho más tímida y sutil. Cabe destacar que la ilustración no se comporta como un elemento independiente, sino que, habitualmente, interactúa con el texto y las imágenes, ya sea por medio de pequeños trazos o anotaciones escritas a mano.

En lo que a la tipografía respecta, consideramos que han hecho una gran labor para mantener la coherencia sin perder la experimentación. Mientras que todo el cuerpo está escrito en la misma fuente tipográfica (clásica con serifa), los títulos y subtítulos, que son bastante abundantes, varían en función de aquello que quieran transmitir, moviéndose por todo el espectro, desde tipografías caligráficas hasta geométricas y gruesas, pasando por otras finas con terminaciones originales.



[fig. 56] Ilustración de Blasina Rocher para "Mañanitas" (2021)



[fig. 57] Pliego del libro "Mañanitas"

Las fotografías, realizadas por las propias creadoras, también están presentes en el libro, aunque de manera mucho menos protagonista que en la mayoría de los libros de cocina. Aportan valor al libro y son de calidad, pero la estética y el interés de toda la publicación no reside en ellas, que es una novedad y un alivio, pues denota que el resto de elementos también son necesarios y no son meras decoraciones.

El resultado final es un libro de cocina que va mucho más allá de lo estándar, que cuenta con un gran valor artístico añadido que eleva la estética del objeto. Se opone a los patrones repetitivos típicos de los recetarios, aun siendo práctico y fácil de leer. Su maquetación y diseño gráfico no se ciñe a una sola retícula, es dinámico, divertido y original, uno puede perderse analizando los detalles de sus páginas e incluso así, descubrir algo nuevo cada vez que lo abre.



[fig. 58] Pliego del libro "Mañanitas"

Hambre



[fig. 59] Arriba - Logotipo de "Hambre Magazine"

[fig. 60] Abajo - Ilustración de Alejandro Peiró para "Hambre Magazine" (2023)

Hambre Magazine

Dos años después del lanzamiento de "Mañanitas", Claudia sacó a la luz otro de sus proyectos, "Hambre Magazine". Se trata de una revista online en la que "se habla de todo lo que es comer, además de comer."²⁸³ Es un espacio virtual donde publican artículos acordes a la filosofía y la mentalidad de la creadora, con brevedad explicada anteriormente.

Aquello que diferencia a esta página web es que no se asemeja ninguna otra del mismo sector, no parece un periódico ni un blog personal, sino un pequeño libro artesanal publicado en formato digital. Tirando de recursos similares a los de su publicación editorial anterior, es decir, la ilustración, la fotografía y la jerarquía tipográfica, surge una revista de carácter cotidiano, sostenible y fiable.

En este caso, la paleta cromática es mucho más limitada: verde, amarillo y beige. Con un estilo todavía infantil e imperfecto, los dibujos de Alejandro Peiró retratan la identidad y los valores de la marca. Las ilustraciones están siempre presentes en las páginas fijas de la web,

²⁸³ Fuente - HAMBRE MAGAZINE: <https://hambremagazine.com>

así como a modo de botones e iconos, pero no están realizadas para cada artículo que se va publicando. De ese modo, estas conforman la imagen visual de la editorial, pues permanecen intactas. Por otro lado, las fotografías se incluyen solo con los artículos publicados y son seleccionadas cuidadosamente para acompañar a la estética y el tema de cada uno.

Al ser un medio digital, en este caso, la tipografía del cuerpo no tiene serifa para así ser más legible y adecuada al formato, aunque los títulos comparten la misma tipografía del cuerpo de "Mañanitas". Se puede apreciar cómo los formatos web limitan y condicionan las posibilidades creativas, mientras que el papel acepta todo tipo de ideas, colores y formas. Esta apreciación es un motivo más por el que inclinarnos hacia la impresión en papel.

Gracias a todos esos recursos y a una disposición limpia y espaciosa, "Hambre Magazine" resulta en un espacio cálido, familiar y agradable donde seguir aprendiendo acerca de la importancia de la comida.

Es muy interesante analizar y comparar los dos proyectos editoriales de Claudia, pues a pesar de ser distintos y haber sido creados en colaboración con personas diferentes, ambos hablan el mismo idioma. La esencia es compartida, el fondo es el mismo y sus respectivos diseños así lo transmiten.



[fig. 61] Ilustraciones de Alejandro Peiró para "Hambre Magazine" (2023)

2.3.2.3.11 SANDWICH BOOK

El libro sándwich es una creación del artista polaco Pawel Piotrowsky y no puede simbolizar mejor lo que es un diseño para jugar. Realmente no es una publicación editorial como tal, sino un trabajo que Piotrowsky realizó cuando estudiaba Bellas Artes en la universidad.²⁸⁴ Su objetivo era crear un libro que fuera, literalmente, un sándwich, y así lo hizo. Cada una de las tapas de la cubierta es una rebanada de pan, y cada una de sus hojas un ingrediente distinto de la elaboración.

Se trata de un diseño en el que no hay más que imágenes recortadas estratégicamente y hojas de papel elegidas de manera intencionada en base a su textura y rigidez. No hay textos, ilustraciones ni elementos superfluos e innecesarios que no harían más que estorbar y ensuciar este brillante y fresco proyecto. Consideramos que es la metáfora visual perfecta, la discreción llamativa, irónica a la vez que llena de humor, inteligencia y saber hacer es la prueba de que, si se hace bien, menos es más.

²⁸⁴ Fuente - COMMEMEMUCHO: <https://commememucho.com/2018/09/19/el-sandwich-book-libro-comida-y-arte/>



[Fig. 62] Fotografías de los pliegos de "Sandwich Book"

2.3.3 UN FORMATO HÍBRIDO. ÁLBUM FAMILIAR Y RECETARIO

Tras haber analizado diversos proyectos relacionados con la gastronomía de manera más genérica, vamos a detenernos a analizar tres proyectos en concreto que tratan una realidad más cercana a la nuestra. Son proyectos creativos actuales y nacionales, todos con una gran vertiente editorial, que vinculan directamente la fotografía y la historia familiar con la cocina, las recetas y todo lo que rodea a la comida en España. Queremos destacar los proyectos en su totalidad, desde su idea hasta su ejecución y difusión, homenajear a todos los departamentos responsables de que hayan llegado a convertirse en referentes y compañeros del sector al que “Abril del 67” espera pasar a formar parte.

2.3.3.1 LOS RECETARIOS

“Los recetarios” es un proyecto impulsado por las periodistas y gastronomas Ana Vega Biscayenne y Carmen Alcaraz del Blanco²⁸⁵ que todavía sigue tomando forma. Lo iniciaron alrededor del año 2019, todavía hoy no hay demasiado materializado y puede que dentro de treinta, cincuenta o cien años siga sin estar cerrado, pues, verdaderamente, su premisa es interminable.

Su objetivo es el de avivar y preservar la memoria popular de todo un país a través de la comida. “Los Recetarios” pretende recopilar, digitalizar y publicar online todas las recetas de las familias españolas, a modo de homenaje a todas esas mujeres cuyo trabajo, en muchas ocasiones, no se ha visto lo suficientemente valorado.²⁸⁶ Ciertamente es que su idea está dirigida a todo el mundo, sin discriminar por edades, origen o cualquier otro criterio, pero no pueden negar que está dedicado, principalmente, a las amas de casa que durante tantos años han estado al pie de los fogones sin esperar nada a cambio. “Creemos que dar valor a los recetarios y a su cocina es una forma de reivindicar su oficio.”²⁸⁷

Al fin y al cabo, han sido las mujeres las que han ido creando el sabor del país a través de los platos que cocinaban de manera humilde y cotidiana, y, sin embargo, nunca se les ha prestado la atención que merecen. Así lo explica Carmen Alcaraz: “Históricamente a la cocina solo se le ha prestado atención como herramienta de ostentación de los poderosos o como profesión remunerada capaz de proporcionar cierto status o relevancia social, de modo que los usos alimenticios de un enorme porcentaje de la población no se describían, ni se contaban, ni recibían importancia.”²⁸⁸

Para honrar a dichas mujeres y su labor han decidido preservar todo de la manera más original posible, es decir, sin alterar las páginas que ellas habían escrito, respetando sus caligrafías, maneras de escribir se han limitado a escanear los papeles donde ellas habían plasmado sus elaboraciones. “Es así como lo queremos, tal cual se compusieron, con o sin faltas de ortografía, voces dialectales, tachones, salpicaduras, perfectamente encuadernados o en legajos mal cosidos. Todo es información.”²⁸⁹ Hay una enorme belleza en este formato, pues incluso siendo digital, lucha por lo analógico, respeta el

²⁸⁵ ESCUDERO, Mónica (2019). “Las rescatadoras de los recetarios familiares”. *El País Gastro*. Recuperado de https://elpais.com/gastronomia/el-comidista/2019/09/05/articulo/1567676443_096479.html

²⁸⁶ Íbidem

²⁸⁷ Íbidem

²⁸⁸ Íbidem

²⁸⁹ MORÁN, Iker (2019). “El proyecto que quiere salvar del olvido los recetarios de madres y abuelas”. *La Vanguardia*. Recuperado de <https://www.lavanguardia.com/comer/al-dia/20190809/463941562279/los-recetarios-rescatar-recetarios-olvidados-mamma-festival-c.html>

pasado e inunda al proyecto en una atmósfera familiar y nostálgica repleta de amor y respeto hacia nuestros antepasados... "Hay mujeres que en toda su vida solo habrán puesto por escrito sus recetas, así que celebramos cada letra."²⁹⁰

Al embarcarse en este viaje reafirmaron la importancia de las recetas escritas, aunque sea de manera orientativa y sucia en un trozo arrugado de papel, pues sin ellas se habría perdido una enorme parte del patrimonio nacional y familiar. No obstante, las autoras de este proyecto se han percatado de que dicha transmisión escrita no es suficiente: "Se ha perdido muchísimo. Los Recetarios por ahora se dedica a buscar el rastro de la cocina familiar en papeles amarilleados, pero nos encantaría poder grabar en audio o vídeo esas instrucciones culinarias que dan las abuelas. Lo que en papel igual son seis líneas hablando resulta que son seis minutos, porque se explican de manera completamente diferente, más cercana, trucos o pasos que pueden resultar claves en la elaboración."²⁹¹

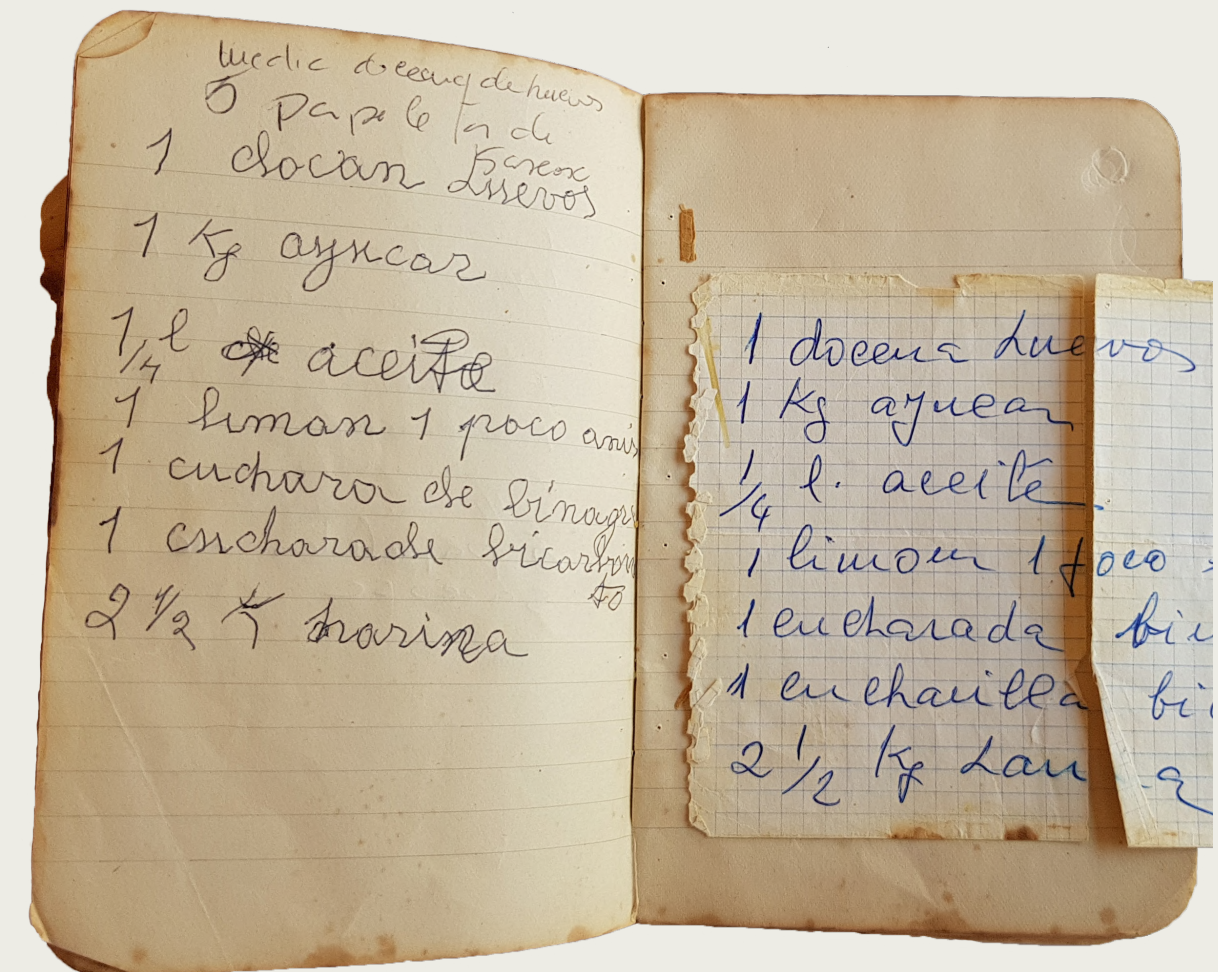
Dicha observación denota la importancia de actuar a tiempo, de dejar constancia de las cosas cuando estas están sucediendo, de aprovechar los momentos con nuestros padres y abuelos, aprender de ellos, grabarles, transcribir las palabras que nos hacen admirarles y que, por mucho tiempo que pase, queremos mantener con nosotros. "Los Recetarios" debe remontarse muy atrás en el tiempo y necesita de una gran colaboración ciudadana, teniendo en cuenta la amplísima escala que pretenden abarcar, pero en "Abril del 67" todavía estamos a tiempo.

Aunque "Los Recetarios" sigue en proceso, ya se puede vislumbrar aquello que quiere ser, sus inicios y las primeras recetas que han logrado digitalizar en su propia página web dentro de Google Arts & Culture, gracias a la colaboración de la Real Academia de Gastronomía.²⁹²

²⁹⁰ ESCUDERO, Mónica (2019). "Las rescatadoras de los recetarios familiares". *El País Gastro*. Recuperado de https://elpais.com/gastronomia/el-comidista/2019/09/05/articulo/1567676443_096479.html

²⁹¹ Íbidem

²⁹² Fuente - GOOGLE ARTS & CULTURE: <https://artsandculture.google.com/story/WwVhlsBLgXu9KA?hl=es>



[fig. 63] Recetario (2022) Google Arts and Culture



[fig. 64] Portada de "Carmen" (2023)

2.3.3.2 CARMEN

Hace un año exactamente, en 2023, el joven y emergente diseñador Alejandro Peiró compartía a través de sus redes sociales el primer número de su revista "Carmen".

Se trata de, como él mismo explica en la introducción de la misma: "Un homenaje a la comunidad joven que se reúne en torno a una mesa en cuanto llega el buen tiempo."²⁹³ Es un grito a la juventud y a la gastronomía sin olvidarse del pasado... "como jóvenes, tenemos la oportunidad de redescubrir y preservar las tradiciones culinarias de nuestros antepasados y de crear nuevas formas de alimentarnos que sean más saludables y sostenibles."²⁹⁴

Con todo ello en mente, presenta una edición de lo más atractiva y llamativa, amena de leer gracias a sus interesantes historias que se ven enriquecidas por una buena maquetación y un interesante diseño gráfico.

La estética del objeto se podría definir como ecléctica, divertida y colorida, todo ello sin perder la coherencia y el sentido. Cada capítulo está

presentado de manera distinta a los demás y, sin embargo, muy acorde al tema que está tratando sin abandonar la armonía global de la revista. Por ejemplo, el capítulo donde habla acerca de la marca Duralex está bañado en un tono amarillo que transporta al lector al pasado y que tiene referencias al color propio de las vajillas de las que se está hablando. Del mismo modo, en el apartado llamado "me importa un pimiento" donde se tratan cuestiones como el veganismo, el texto está escrito en rojo en su totalidad, un guiño al color de la verdura a la vez que al de la carne. Como se puede apreciar, la ironía y el humor desempeñan un papel protagonista en toda la revista, actúan a modo de nexos entre el diseño y el mensaje. De hecho, tal y como muestra la imagen contigua, el autor ha dedicado un capítulo entero donde explica los significados de los títulos de cada capítulo, que siempre responden a alguna frase popular del pueblo español en la que el doble sentido está más que presente. En dichas páginas también queda constancia de la experimentación tipográfica que recorre el número, pues a cada capítulo le ha dedicado su propio estilo, moldeando las letras casi como si de una ilustración se tratara. No obstante, es cierto que dicho juego

se lo permite primordialmente en los títulos y encabezados mientras que para el cuerpo opta casi exclusivamente por una Times New Roman. Cabe destacar que, aunque en dicho pliego haya decidido simplificar la imagen optando por el blanco y negro, la realidad es que cuando cada uno de esos títulos corona un apartado, el color inunda prácticamente la totalidad de las páginas.



[fig. 65] Páginas glosario de "Carmen" (2023)

293 PEIRÓ, Alejandro (2023). Carmen, pág. 5.

294 Ibidem

No es una revista dedicada a la alta gastronomía, sino a la historia del pueblo español, de los jóvenes de antes y de ahora, de las familias que se sientan juntas a comer y los amigos que quedan a tomarse el vermut. Si por sus historias no había quedado claro, el diseñador se ha encargado de reiterarlo a través de las fotografías seleccionadas, directamente antiguas y con un indiscutible aire al siglo pasado, así como mediante su disposición, que se remonta a periódicos clásicos y menús de bares típicos donde la foto del plato acompaña a su descripción.

Nos interesa especialmente esta publicación porque prioriza el diseño sin olvidarse del mensaje, se complementan y suman valor el uno al otro. El lenguaje en el que se expresa es valiente, atrevido y potente, representativo de España y su cultura, sus tradiciones y la forma de ser de su gente. Es un emotivo proyecto que deja constancia de cómo la comida nos ha unido como país, cómo nos ha diferenciado del resto y cómo, independientemente de la generación a la que se pertenezca, nos identifica y enorgullece.



[fig. 66] Páginas Duralex de "Carmen" (2023)

2.3.3.3 ¿Y QUÉ COMEMOS MAÑANA?

"¿Y qué comemos mañana?" es el primer libro publicado por la editorial "Tabletimes" y el motor de la creación de la misma, en abril de 2022. "Tabletimes es una editorial independiente en la que la comida es a la vez razón y excusa"²⁹⁵, explican Andrés e Isabel, que se embarcaron en este viaje con la sencilla idea de documentar las recetas y anécdotas de Fina, la abuela de Andrés, con el fin de que no se perdiesen y compartirlas con su familia.²⁹⁶

Sumergirse en las páginas de "¿Y qué comemos mañana?" es como entrar en la cocina de la casa de su abuela y escucharla recordar su vida mientras ella guisa. Lo mejor del libro es que igual que se trata de Fina, podría tratarse de cualquier abuela o madre de España... logra transmitir una tremenda sensación de hogar, familia y calor. No es un libro de recetas, es una novela acerca de la vida de Fina en la que cada etapa, cada momento, puede asociarse a un plato concreto del recetario español.

El objeto, que cumple las medidas de un libro de bolsillo, es una sucesión de historias contadas

por la propia protagonista, son sus palabras transcritas literalmente e intercaladas con fotografías de su casa, su cocina, sus manos pelando patatas, sus cazos llenos de aceite, su vajilla, su menaje... Prescinden de cualquier tipo de ilustración y optan por fotografías para retratar los momentos. Salvo algunas excepciones donde sí que incluyen imágenes rescatadas del álbum familiar, todas han sido realizadas para este proyecto. Se nota que los creadores pasaron mucho tiempo en la cocina de Fina escuchándola hablar y haciéndole fotos, siempre adaptándose a las condiciones del día, con luz natural y encuadres cotidianos. Dichas imágenes son el



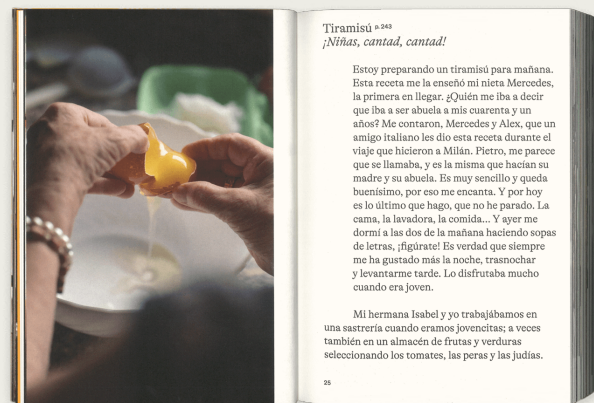
[fig. 67] Pliego del libro "¿Y qué comemos mañana?" (2022)

295 Fuente - TABLETIMES: <https://tabletimes.es/editorial>

296 Íbidem

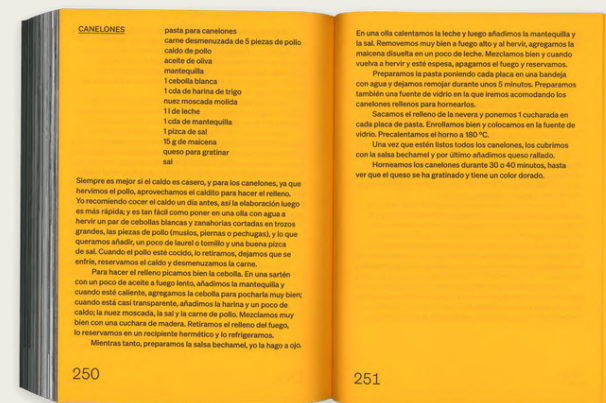
resultado de un trabajo de campo, no presentan signos de haber sido editadas y retocadas (obviando el contraste, el brillo o la exposición).

Por otro lado, el diseño editorial ha jugado un papel fundamental para diferenciar a las recetas de las historias. Las primeras 240 páginas del libro consisten en las anécdotas de la abuela, mientras que las 30 restantes son las recetas a las que se ha ido refiriendo anteriormente. En la primera parte se emplea una tipografía redondeada y con serifa sobre el color original del papel, mientras que en la segunda se utiliza una tipografía recta y sin serifa sobre un fondo



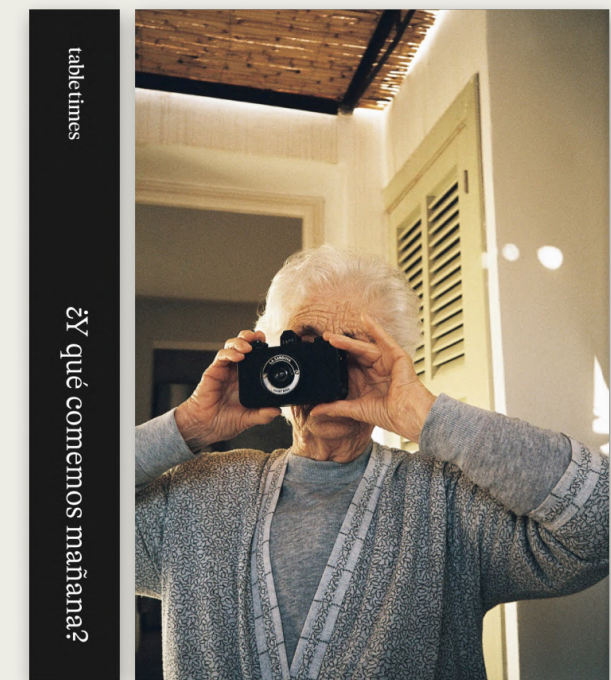
[fig. 68] Pliego del del libro "¿Y qué comemos mañana?" (2022)

naranja que genera un contraste muy acertado con el negro de las letras. Cabe destacar que en la primera parte el tamaño de la fuente es mucho mayor que en el de la segunda, que, además, al prescindir de imágenes tiene más aire y resulta más limpia y elegante. En conjunto, el diseño del libro es inteligente, pues cada parte refleja lo que es: la primera opta por formas y colores más suaves que evocan al recuerdo y una calidez tradicional propia de las casas, mientras que la segunda transmite funcionalidad y austeridad.



[fig. 69] Pliego de recetas del libro "¿Y qué comemos mañana?" (2022)

Gracias a un diseño estético, sencillo, coherente, y sensato a la vez que emotivo, desde Tabletimes han logrado publicar un objeto único, personal y novedoso, pues es a la vez novela, fotolibro y recetario. Desde el buen criterio y gusto, han conseguido comunicar y venderle a completos desconocidos la vida de otra completa desconocida, algo aparentemente complejo y en lo que nadie podría estar interesado ¿quién querría leer acerca de los recuerdos de una señora mayor a la que solo conocen en su casa? "¿Y qué comemos mañana?", con todos sus ejemplares de la primera edición agotados, ha demostrado lo poderosa que es la combinación de comida, familia y recuerdos, incluso cuando son ajenos, siempre que estén arropados por un buen diseño. Además de ser una gran propuesta editorial y una de las más originales del panorama español actual, es el mejor regalo que le podrían haber hecho a la familia de Andrés, y, en especial, a su abuela Fina.



[fig. 70] Portada y lomo del libro "¿Y qué comemos mañana?" (2022)

2.3.4 CONCLUSIONES ACERCA DEL MERCADO

Finalmente, nos disponemos a exponer brevemente una serie de conclusiones acerca de lo estudiado en este bloque, que, recalcamos, no es un análisis de mercado profundo ni exhaustivo, sino una valoración de aquellos proyectos cuyo diseño hemos considerado relevante y útil para nuestro proyecto.

- A la hora de realizar la selección de los proyectos mostrados, en lo que llamaríamos el proceso de investigación, llegamos a la conclusión de que el espectro editorial gastronómico es amplísimo y casi inabarcable. La comida, como bien hemos demostrado a lo largo del marco teórico, forma parte de la vida y es una fuente de inspiración constante, por lo que es normal que surjan millares y millares de propuestas creativas al respecto. Es un mercado muy activo y atractivo que está en crecimiento, especialmente en España, considerando que es uno de los líderes gastronómicos mundiales. Por ese mismo motivo hemos optado por destacar más proyectos españoles, además de porque es el mercado donde pretendemos introducir nuestra creación.

- Tras haber analizado los diversos proyectos, nos sentimos con la suficiente autoridad como para afirmar que el mundo del diseño editorial gastronómico no tiene ni límites ni reglas. Dentro de todos sus posibles estilos, acepta todo tipo de variaciones y propuestas, alienta a la experimentación gráfica, formal y visual. No se pueden clasificar las editoriales ni las revistas dentro de una sola corriente, pues todas comparten ciertos elementos entre sí que las vinculan y afirman la hipótesis aquí planteada. Se trata de una rama desenfadada en la que la calidad no está reñida con el juego y la diversión siempre que haya una sólida dirección de arte que cohesionase todas las partes del proyecto.

- Como bien hemos dicho, existe una gran variedad de libros relacionados con la comida en el mercado, de una enorme disparidad temática que pueden presumir de mucha originalidad y calidad. No obstante, dentro del panorama nacional, el nicho enfocado a la comida y la familia, en lo que al mundo editorial respecta, todavía no está demasiado explotado. Aunque hay determinadas publicaciones que lo tratan, como las que

hemos estudiado previamente, hemos detectado que sigue quedando mucho por explorar. Además, basándonos en la buena acogida que los proyectos ya existentes han tenido, podemos afirmar que el público lo considera una cuestión atractiva a la vez que pertinente.

2.4 CONCLUSIONES

Para cerrar el marco teórico nos disponemos a realizar una breve recopilación de lo explorado en cada bloque y una conclusión final de lo aprendido a lo largo de todo el apartado y cómo nos es útil para nuestro proyecto.

En el primer bloque, titulado “¿Es la comida el lenguaje universal del amor?”, justificamos que, efectivamente, así es. Para poder llegar a dicha afirmación, exploramos la comida como concepto social y familiar, así como sus ramificaciones a nivel internacional, haciendo hincapié en el panorama nacional y nuestros hábitos alimentarios. Por otro lado, investigamos acerca de los lenguajes del amor para así poder contrastar dicha información con la anterior, relativa a la comida, lo que nos permitió afirmar que la comida es, en efecto, el lenguaje universal del amor.

El segundo bloque, “Memoria, la necesidad humana de no ser olvidado”, expone cómo todo ser humano teme al olvido y por ello hace todo lo posible para tratar de preservar sus recuerdos. Tras comprender las bases del funcionamiento de la memoria humana, comenzamos a indagar sobre la capacidad de recordar a través de los sentidos, enfocándonos siempre en la experiencia de comer. Así es como pudimos observar y entender que el sabor de un plato, acompañado

por su presentación, olor, tacto e incluso sonidos de la mesa, tiene el poder de vincularnos con un determinado momento de nuestro pasado, y, generalmente, momentos de nuestra infancia donde la familia tiene un papel protagonista.

En el tercer y último bloque, “Recopilatorios como soporte editorial”, nos adentramos dentro del mundo del diseño gráfico y editorial. Estudiamos los formatos que vamos a fusionar en nuestro proyecto, que son el álbum familiar y el recetario. Después, realizamos una selección de ciertas publicaciones editoriales del mundo gastronómico que actúan a modo de referentes y nos aportan contexto del mercado actual, pudiendo así nosotros llegar a la conclusión de que el nicho al que nos queremos dirigir, el de la comida como hilo conductor para contar historias familiares, todavía tiene mucho potencial por explotar.

Gracias a este estado de la cuestión hemos confirmado y demostrado nuestras sospechas acerca del poder de los recuerdos y las posibilidades de la comida, que nos nutre tanto en cuerpo como en alma.

No es necesario añadir nada más. Ahora ya tenemos todo lo necesario para contar nuestra historia...

desarrollo

Una vez finalizado el estado de la cuestión, nos disponemos a desarrollar el proyecto en sí. Comenzaremos por los aspectos más conceptuales de este, justificando su vinculación con todo lo explorado en el marco teórico y validando su razón de ser. Posteriormente nos centraremos en las partes más creativas y prácticas, documentaremos cada etapa del proceso, desde los primeros pasos inspiracionales hasta el resultado final y materializado de la propuesta.

3.1 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

"Abril del 67" nace del deseo personal de la autora de conservar las recetas de su madre. Criada en un hogar donde la comida ha servido siempre como punto y momento de unión entre sus miembros, no podía pensar en mejor manera de mantenerlos vivos, a sus recuerdos y a su familia con ellos, que a través de un libro que narre su historia desde un lenguaje gastronómico. Así pues, observamos que, realmente, este proyecto no parte de un problema que se deba solventar, sino de un miedo, el miedo al olvido.

En el marco teórico se ha evidenciado que este es un miedo humano, que cada uno puede tener en mayor o menor medida, pero del que nadie se libra. Por lo tanto, como comunidad, es necesario encontrar maneras de afrontarlo y lidiar con él, gestionarlo de manera que podamos sobrellevarlo. La solución encontrada por el hombre ha sido la documentación, dejar constancia de los hechos, las personas y aquello que nos hace sentir. Ahora bien, no existe una única manera de recordar, recordar y emocionarse, cada persona debe ser estimulada de manera distinta y encontrar su propio lenguaje. Es en este momento en el que conviene conocer la teoría de los cinco lenguajes del amor

para saber con qué código nos identificamos, qué necesitamos para sentirnos queridos, como en casa... unos requieren de tiempo de calidad o afecto físico, mientras que otros precisan de palabras de afirmación, regalos o actos de servicio. En nuestra investigación hemos confirmado aquello que ya nos imaginábamos, que la comida puede englobarlos a todos y ser una gran solución ante el temor a la pérdida. Los primeros dos bloques del estado de la cuestión así lo han demostrado.

Una vez razonado el porqué de la idea, en el tercer bloque se le da sentido al cómo. El hecho de escoger un formato editorial vincula el proyecto a la tradición y perpetuidad, el papel proporciona un sentimiento de arraigo necesario para lograr transmitir el mensaje deseado. Además, reiteramos que, dentro del panorama nacional actual, sigue habiendo un espacio libre por suplir en lo que a esta cuestión respecta.

"Abril del 67" se plantea desde una visión íntima y familiar, pero con alcance global. Su premisa es mundial, como ya hemos demostrado, ya que cubre una necesidad emocional del hombre ante miedos universales.

3.2 CONCEPTO

“Abril del 67” es un libro autobiográfico, escrito en primera persona y a dos manos entre dos autoras, madre e hija. La primera explica sus recetas mientras que la segunda narra sus recuerdos familiares a través de las mismas, resultando así un libro práctico a la vez que entrañable.

Se trata de un libro muy personal que actúa casi a modo de diario por parte de la autora, quien opta por contar su historia a través de las personas y los momentos significativos para ella, que, curiosamente, siempre tienen el sabor de un plato en conceto asociado a ellos.

Es necesario aclarar que no se corresponde con un diario, ni con una autobiografía o novela propia, ni pretende hacerlo. “Abril del 67” es un objeto editorial único que forma parte del recopilatorio personal de la autora y su familia, que documenta su vida, su valor y supone parte del legado físico que dejan consigo.

No obstante, si se tuviera que concretar y definir, diríamos que “Abril del 67” es un híbrido entre recetario y álbum familiar, innova fusionando ambos formatos, siendo así difícil de delimitar en

una categoría específica dentro de las estándar y conocidas del mercado.

Es importante destacar que para lograr una unión coherente entre ambos formatos, tanto a nivel narrativo como estético, el diseño y la dirección de arte juegan un papel fundamental. A lo largo de los siguientes apartados explicaremos en detalle y profundidad las decisiones tomadas que hacen que se consiga dicha cohesión tanto objetual como conceptual.

3.3 ANTECEDENTES

El germen de “Abril del 67” se encuentra en abril de 2023, cuando decidimos elaborar una pequeña crónica para una celebración familiar, el cumpleaños de Javier y María, a quienes hace referencia el título de este mismo proyecto. De hecho, un título que surgió directamente del diseño que nos disponemos a comentar.

Se trataba de un periódico ficticio que cumplía dos propósitos: compartir información acerca del evento y rememorar momentos con las personas invitadas a este. Es por ello por lo que se optó por dicho formato, porque facilitaba separar las páginas y pliegos por secciones con un sentido justificado y una coherencia.

Es en este momento en el que observamos las posibilidades gráficas, editoriales y narrativas que esta idea albergaba, decidiendo que no podía finalizar aquí. Además, fue una sorpresa con muy buena acogida entre el target al que se dirigía, hecho que evidenciaba la necesidad de más publicaciones de este estilo.

Un año y un libro después, confirmamos que “Abril del 67” había llegado para quedarse.



[fig. 71] Pliegos de la crónica “Abril del 67” (2023). Imagen propia de la autora.



[fig. 72.] Portada de la crónica "Abril del 67" (2023). Imagen propia de la autora.

3.4 TARGET

Como hemos evidenciado previamente, el origen de "Abril del 67" es totalmente personal, es un diseño de la autora para sí misma y para su familia. Ahora bien, que ese sea su punto de partida no limita ni condiciona sus posibilidades y el público que puede llegar a alcanzar. A pesar de nacer desde lo más íntimo y privado, se concibe como un libro dirigido al mercado, es decir, de carácter público. Y es que el hecho de que su mensaje esté expresado en primera persona no lo hace incompatible con su validez como soporte editorial, con su capacidad de ser publicado, al contrario. Creemos fielmente que los mensajes que se comunican de manera auténtica, genuina y vulnerable son mucho más potentes que aquellos que lo hacen de manera genérica. De hecho, así lo hemos evidenciado y ejemplificado a lo largo de todo el estado de la cuestión.

Así pues, es innegable que el primer público objetivo de "Abril del 67" es su autora y las demás personas que se encuentran retratadas dentro de sus páginas, su familia. No obstante, es un libro ideado de cara al mercado en lo que a contenido y formato respecta, dispuesto a aumentar dicho target. Ahora bien, el concepto de mercado es

tan amplio como uno quiera verlo, de modo que debemos matizar y definir el mercado al que nos referimos, cuáles son sus características, gustos, preferencias, condiciones...

Para empezar, lo acotaremos geográficamente. "Abril del 67" está enfocado a un público español o, cuanto menos, hispanohablante, ya que es el idioma en el que está escrito. Hacemos hincapié en España por el contenido que el libro trata, ya que menciona regiones y productos propios del país que resonarán mejor con personas que los puedan identificar y/o establecer una relación con ellos.

En lo que a edad respecta, "Abril del 67" se enfoca primordialmente a un público adulto. La complejidad de la narración y las implicaciones emocionales del mensaje impiden que sea un libro apto para niños, aunque su gran parte visual pueda hacerlo atractivo para ellos. Ahora bien, dentro del público adulto español, es un libro que no hace ningún tipo de discriminaciones.

Sabiendo ya que "Abril del 67" se dirige a un público adulto español o hispanohablante, es importante aclarar que no se dirige a la

inmensa mayoría, no se concibe como un libro "mainstream", sino más bien como uno de esos libros diferentes con los que uno se topa de vez en cuando y le llaman la atención.

Cierto es que "Abril del 67" tiene parte de libro de cocina, pero no se dirige específicamente a un público que le guste cocinar y esté buscando recetas diferentes. No quiere decir que no pueda ceñirse a las preferencias de algún adepto a la gastronomía, pero ese no es su nicho. Por ejemplo, no sería un libro que uno se encontraría bajo el ala de grandes editoriales gastronómicas como "Planeta Gastro" o "Vilbo", sino más bien dentro del repertorio de editoriales independientes que apuestan por libros que se salgan de los cánones.

Por otro lado, tampoco es un libro que se dirija a lectores de novelas, incluso si son aficionados a aquellas de carácter documental y autobiográfico. Es un libro cuya belleza reside en la mezcla, en la combinación de ambos sectores. Por lo tanto, aunque "Abril del 67" es un libro muy amplio y abierto, con una premisa aparentemente apta para cualquier lector adulto español, creemos que no todos podrían apreciarlo.

Es un libro que le rinde homenaje a la familia y a la comida, que concibe a esta última como algo más que alimento. Ahí está la clave y donde podemos identificar a nuestro nicho: personas que compartan nuestra visión de la comida como lenguaje, como un ente poderoso capaz de emocionar y contar historias.

Además, es un libro muy visual donde el texto no es el gran protagonista y donde no siempre se presenta de manera estándar, por lo que hay que dedicarle atención y cuidado. Los grafismos, las imágenes y las ilustraciones que lo acompañan hacen del libro casi un objeto artístico. El diseño acompaña a la esencia del libro, es especial y poco convencional, justificando y apoyando que se quiera posicionar en un mercado más alternativo.

Así pues, "Abril del 67" se dirige a las personas que valoran lo único y diferente, personas curiosas, intrigadas por mirar más allá y que además tengan una visión holística con respecto a la comida y todo su trasfondo. Por último, queremos resaltar la ironía de esta realidad, y es que aunque pensamos que no es un libro para todo el mundo, creemos que todo el que decida

darle una oportunidad podrá sentirse identificado y reflejado. En él homenajeamos a las madres y la comida casera hecha con amor, los momentos familiares que se dan en torno a una mesa, los recuerdos evocados al oler o probar un plato... ¿quién no ha vivido algo así?

3.4.1 TABLETIMES. UN PASO MÁS CERCA DE LA REALIDAD

Como concebimos "Abril del 67" como un proyecto real, factible y que podría lanzarse al mercado en un futuro próximo, hemos comenzado a explorar el panorama editorial español en busca de una posible colaboración. Como hemos mostrado previamente en el estado de la cuestión, hemos realizado una selección y un breve análisis de algunas de las opciones que nos han parecido más interesantes. De todas ellas, queremos destacar la responsable del libro "¿Y qué comemos mañana?", el cual guarda muchas similitudes con "Abril del 67", la editorial "Tabletimes".

Esta editorial independiente se enfoca en libros y publicaciones que tratan el tema de la comida desde distintas perspectivas, no son una editorial gastronómica al uso. Nuestros valores y nuestra manera de concebir la comida concuerdan a la perfección, pues, como ellos mismos dicen, "la comida es a la vez razón y excusa"²⁹⁷.

En su propia página web cuentan con una sección en la que animan a todo aquel que tenga un proyecto afín a sus valores y su visión a ponerse en contacto con ellos, de modo que no hemos dudado en hacerlo. Les mandamos un correo electrónico con nuestra propuesta y algunos de los inicios gráficos, fotográficos e ilustrativos de "Abril del 67", a lo que nos respondieron muy amablemente sugiriendo una posible colaboración en el futuro, cuando el libro estuviera finalizado.

Ya solo en la breve interacción que pudimos tener se podían palpar los valores conjuntos y puntos vista comunes, como aquel en el que resaltaban cómo cualquiera podría sentirse identificado con nuestra propuesta y el de disfrutar del proceso de creación²⁹⁸.

²⁹⁷ Fuente - TABLETIMES: <https://tabletimes.es/editorial>

²⁹⁸ Anexo 2



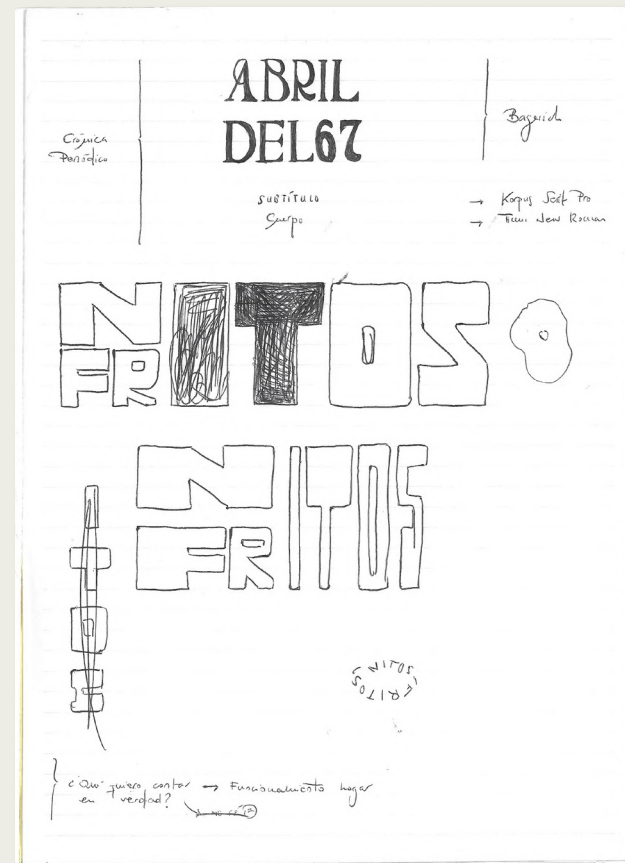
[fig. 73] Isabel y Andrés, creadores de Tabletimes

3.5 DESARROLLO CREATIVO: IDEACIÓN Y PREPARACIÓN

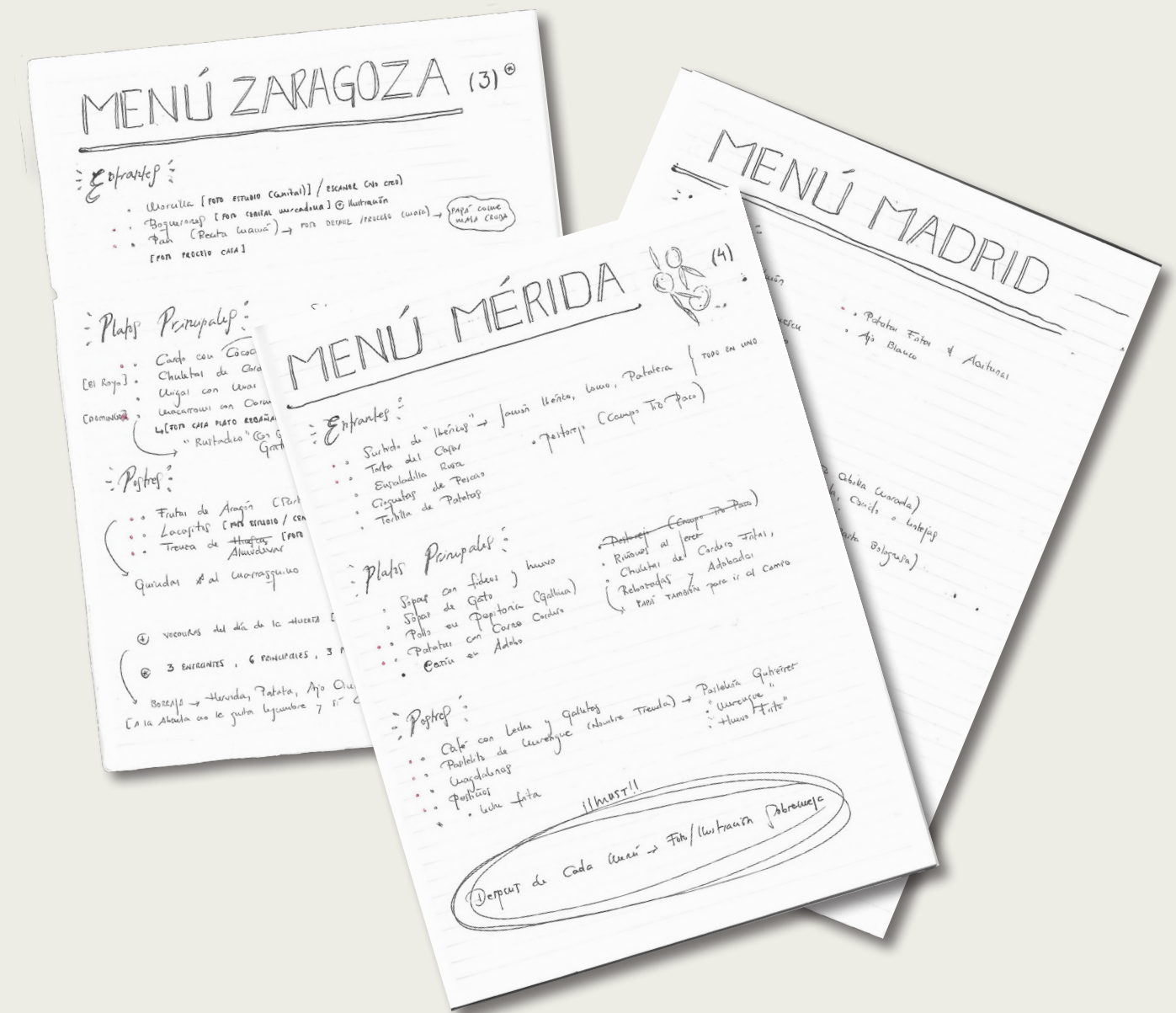
3.5.1 CUADERNO DE VIAJE

A lo largo de todo el proceso de creación del proyecto, incluso desde los primeros pasos de investigación teórica, hemos trabajado de la mano de un cuaderno de viaje. En este hemos ido realizando apuntes y bocetos de manera permanente y muy personal, intencionados únicamente para nuestro uso y nuestra comprensión propia.

El cuaderno de viaje ha resultado fundamental para plasmar nuestras ideas y dejar constancia de ellas, tanto para nosotros mismos como para la documentación del proyecto. Es importante mencionar y darle el espacio que se merecen a todos los pasos que han sido necesarios para llegar hasta el resultado final. Por ello, adjuntamos algunas imágenes representativas del cuaderno, que sirven de precedente para aquello que le sucede..



[fig. 74] Imágenes propias del cuaderno de la autora.



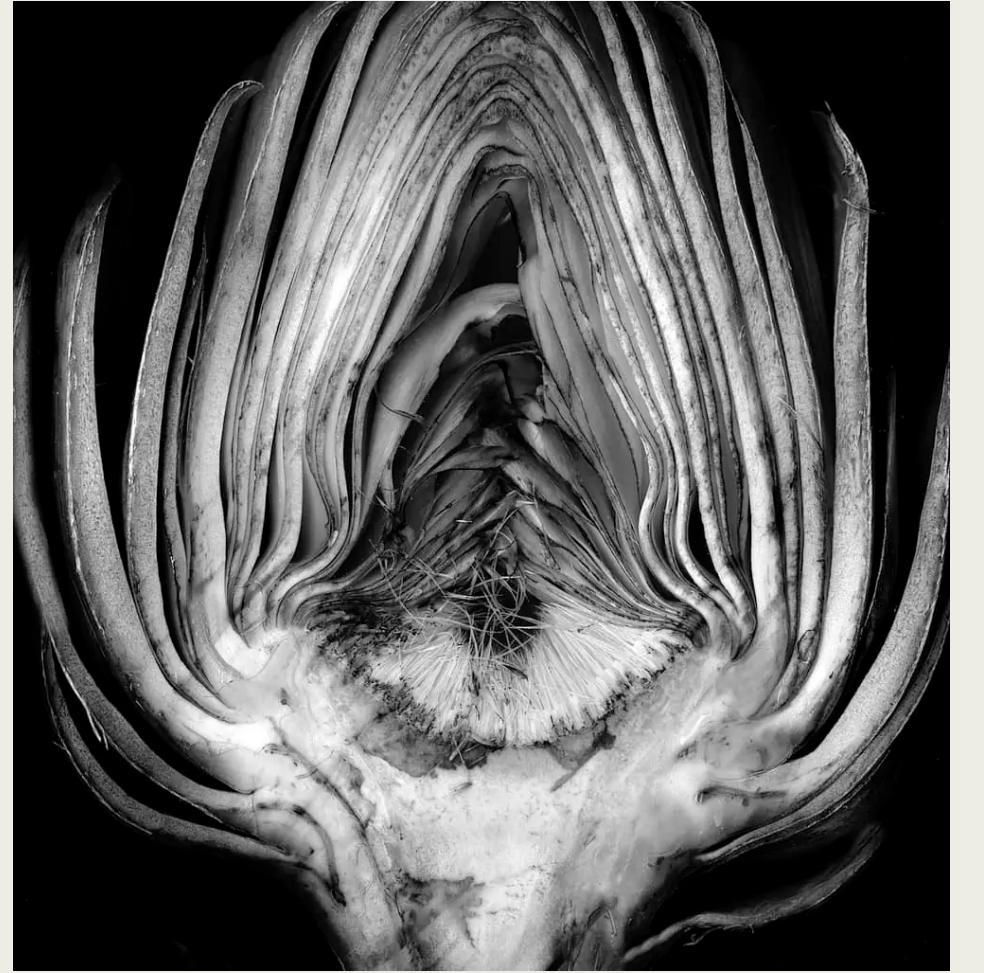
3.5.2 MOODBOARDS

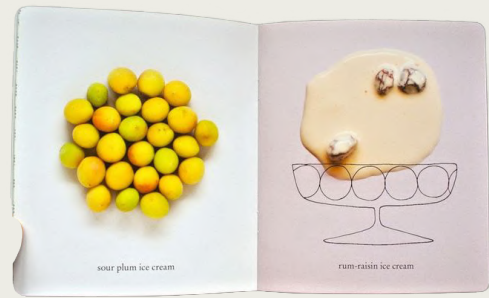
A continuación dispondremos en forma de moodboards los distintos referentes que nos han servido como inspiración para este proyecto. Cabe destacar que a pesar de que nuestra idea se materialice en un formato editorial, no todo lo que nos ha inspirado pertenece a ese ámbito.

[fig. 75] Moodboards propios de la autora (pp. 182 - 187)



¿ABRIL
OSL 6 A
?





3.5.3 ESTRUCTURA Y ORDEN DEL CONTENIDO

El primer paso que tomamos a la hora de idear el libro fue definir su orden y contenido. Esta fue una parte crucial del proceso, pues sin ella hubiera sido imposible determinar los elementos que iban a ser necesarios para la materialización del proyecto.

El reto estructural consistía en hacer funcionar el mundo gastronómico con el histórico-familiar, es decir, lograr unir dos planos aparentemente distintos entre sí de manera que el libro fuera atractivo, dinámico y fácil de leer. Además, consideramos que era fundamental que ambos estuvieran integrados el uno con el otro, es decir, que no hubiera una clara separación de secciones donde una fuera de recetas y la otra de anécdotas. Somos conscientes de que dicha distribución puede resultar más limpia y clara, pero también más tediosa a la hora de leer y conectar con el mensaje, ya que, en lugar de unir los conceptos, los separa literal y figuradamente. Por eso mismo, tomamos la temprana decisión de presentar cada plato de la mano de su historia, de su recuerdo familiar, asociando así al uno con el otro y creando su propio universo conceptual.

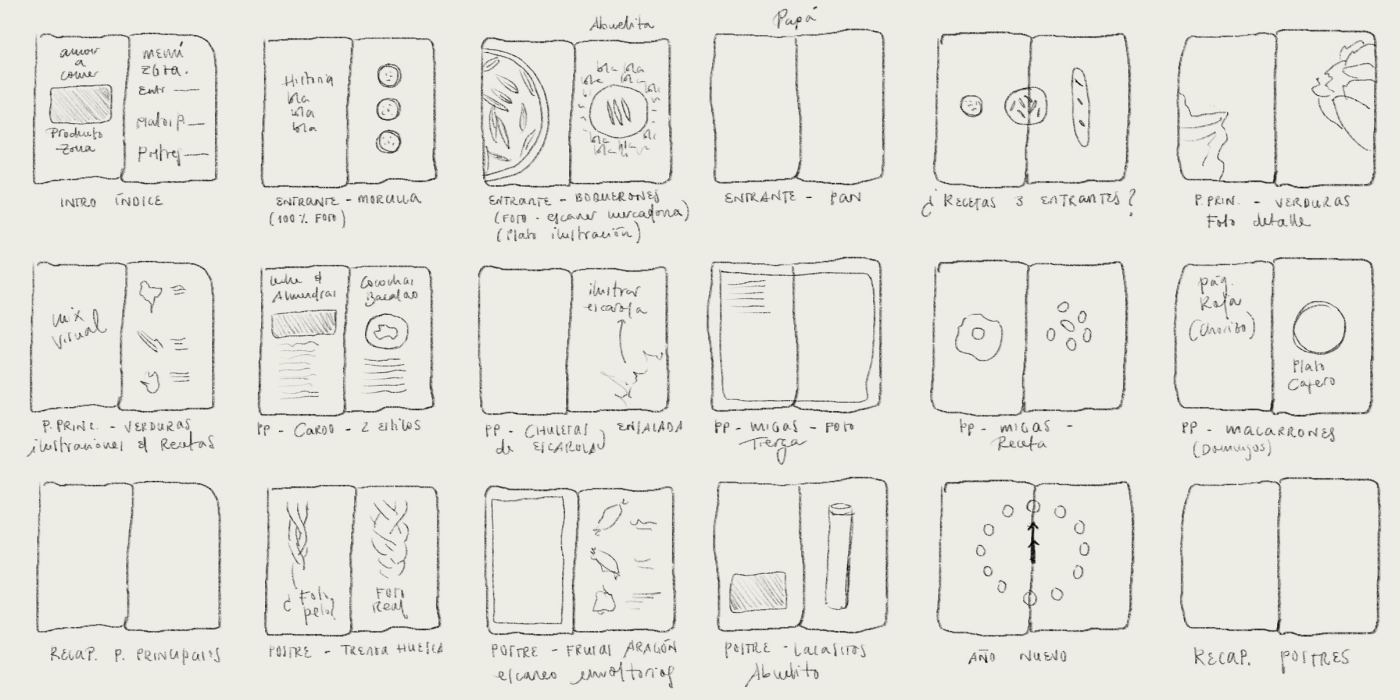
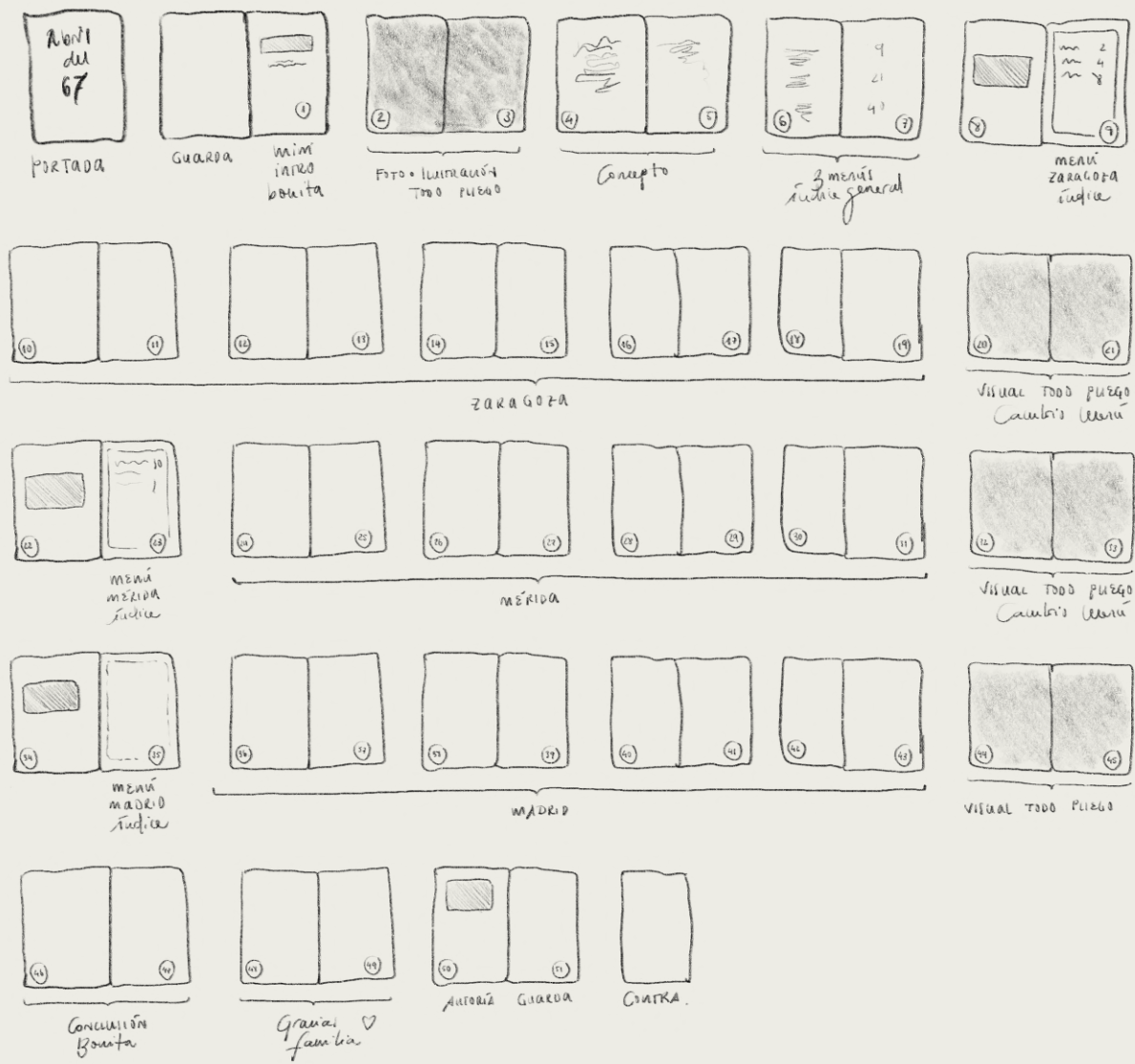
Asimismo, esta decisión permite que el diseño sea más creativo y divertido, inclinándose hacia un eclecticismo resultante de la combinación de dos ideas de naturalezas dispares. Además, acepta que el libro pueda leerse de manera “desordenada”, sin seguir un orden concreto, pero comprendiendo la totalidad de la historia.

Habiendo estipulado la premisa anterior, el siguiente paso era el de acotar y establecer de manera clara cuál iba a ser la historia del libro, es decir, qué platos se iban a seleccionar. Desde un principio tuvimos muy claro que se iba a tratar de un libro familiar y autobiográfico (desde el punto de vista de la propia autora) con la comida como hilo conductor, no obstante, faltaba todavía por escoger de manera definitiva las historias a contar y cómo hacerlo. Para ello, se hizo un ejercicio de memoria e introspección personal en el que se tuvieron en cuenta también las vivencias de padres y abuelos, queriendo hacerles partícipes para poder incluir los puntos de vista de tres generaciones distintas que, sin embargo, comparten recuerdos y sabores. Así pues, cabe destacar que todo el contenido que se ha incluido en la publicación ha sido seleccionado de manera orgánica y genuina, porque

verdaderamente tiene un significado familiar, no por motivos estéticos ni superfluos. Consideramos que es fundamental respetar al pasado y hacerle justicia, saber adaptarlo al lenguaje artístico por el que se ha optado a la vez que se plasma su esencia.

Una vez se eligieron los platos que debían formar parte del proyecto, era fundamental optar por un criterio de orden acorde a todo lo explicado anteriormente y que, a la vez, nos permitiese respetar la estética deseada. Teniendo todos esos factores en cuenta y contemplando varios criterios, finalmente se optó por un orden cronológico en función de los recuerdos de la autora, pues es el que más sentido tiene siendo la historia de carácter prácticamente documental. Partiendo de dicha cronología, el libro se estructura en tres etapas diferentes pero conectadas las unas con las otras, manteniendo siempre una cohesión editorial. Cada etapa se presenta como un menú, un menú con entrantes, platos principales y postres donde cada receta se corresponde con un recuerdo, ergo el subtítulo del libro, “El menú de mis recuerdos”. El primero de ellos nos transporta a Zaragoza, el segundo a Mérida y el último a Madrid... vamos avanzando de pasado a presente.

Nos adentramos después en la fase de prototipado del contenido, en la que hicimos lo que se podría denominar como un “dummy”, un boceto similar a los “wireframes” que se realizan en los procesos creativos de diseño audiovisual. La elaboración de dicho boceto fue clave en lo que la estructura y el orden del libro respecta, tanto visual como narrativamente. Gracias a este, donde dibujamos las páginas y sus respectivos contenidos, pudimos estimar el número de páginas del libro, así como la cantidad de elementos que debíamos realizar de manera previa a la maquetación del documento, véase fotografías e ilustraciones, y el carácter de cada uno de ellos en función de cómo queríamos disponerlo en las páginas. El hecho de volcar todas nuestras ideas sobre papel nos ayudó a desglosarlas, analizarlas y sintetizarlas hasta conseguir una propuesta convincente. Cabe destacar que la elaboración del dummy fue de gran ayuda, ya que actuó a modo de guía o plantilla, aunque después el resultado final no sea una reproducción literal del mismo, como suele suceder con los bocetos.



[fig. 76] Imágenes propias de la autora

Menú México

Menú Madrid

[fig. 77] Imágenes propias de la autora

+ Ilustraciones Cónicas + Guía Restaurantes

3.5.4 FORMATO

Desde un inicio supimos que el proyecto iba a tener un resultado físico, es decir, iba a materializarse en un libro impreso. No obstante, todavía quedaba por definir su formato concreto, es decir, sus dimensiones, encuadernado, tipo de papel y de impresión. Teniendo en cuenta que el proyecto está enfocado al público, consideramos fundamental apostar por un formato estandarizado, factible y viable, de manera que se pueda llevar a cabo sin complicaciones a gran escala en una imprenta.

Así pues, optamos por un formato de tamaño ligeramente superior a la media aún dentro de lo estándar, 25 x 25 cm cada página, teniendo el pliego (libro abierto) una extensión de 50 x 25 cm. Consideramos que son unas medidas apropiadas para una publicación de este tipo, lo suficientemente grande como para poder apreciar la calidad artística del objeto a la vez que manipularlo fácilmente. Cabe añadir que nos decantamos por unas páginas cuadradas en lugar de apaisadas o verticales porque, teniendo en cuenta las imágenes, ilustraciones y los textos planteados, ofrecen mayor libertad y facilidad a la hora de maquetar, además de por las cuestiones mencionadas previamente.



[fig. 78] Página maestra del documento de Adobe InDesign con el que se ha maquetado "Abril del 67"

3.5.5 DIRECCIÓN DE ARTE

Definir y aplicar una dirección de arte concisa y coherente ha sido una de nuestras prioridades en todo el proceso de creación, pues es el elemento fundamental para lograr que el proyecto sea redondo y tenga completo sentido.

Queremos destacar que la investigación previa que hemos realizado, tanto teórica como visual, nos ha servido para elaborar nuestra dirección artística. Todos los referentes son siempre útiles, ya sean afines a nuestra estética o no, ya que creemos que es igual de importante conocer incluso aquellos proyectos más lejanos al nuestro.

Con lo que a nuestra dirección de arte para "Abril del 67" respecta, determinamos tres premisas desde el inicio, las cuales nos han ido guiando a lo largo del camino.

La primera de dichas premisas, que estuvo encima de la mesa desde los más tempranos inicios, era el deseo de complementar la fotografía con la ilustración. Ambos recursos debían estar muy presentes en el libro y tomar protagonismo frente al texto.

Esta primera idea nos traslada a la segunda, en la cual decidimos que el libro debía ser práctico a la par que estético y atractivo. Aunque no queríamos prescindir de los textos, pues eran necesarios para transmitir el mensaje deseado de la manera deseada, sí que queríamos, de algún modo, reducir su relevancia al máximo para potenciar el carácter visual del libro. Con todo ello en mente, establecimos una dirección de arte que resaltara las cualidades artísticas, visuales y gráficas del libro, de manera que el diseño fuera notorio e intencionado, no solo funcional.

La tercera y última premisa de la que partimos se refiere a la estética del producto, que debía reflejar su contenido y su esencia. Desde un inicio hemos contemplado este libro como un objeto de carácter cercano, que remitiera a un sentimiento de hogar y nostalgia. Es por ello que apostamos por los toques humanos e imperfectos, pues son los que le dan familiaridad al diseño. No obstante, no queríamos que esa decisión afectara a la limpieza y la claridad de las páginas, dos imprescindibles por los que siempre abogamos. De este modo, tal y como se puede apreciar en los moodboards inspiracionales del apartado 3.5.2, el estilo hacia el que queríamos enfocar

la dirección artística de "Abril del 67" se podría definir como minimalista a la par que orgánico. Algunos de los calificativos bajo los que se puede englobar al proyecto, artísticamente hablando, son: sencillo, elegante, divertido, cuidado y personal.

Es bajo la dirección de arte que hemos podido entrelazar los distintos elementos entre sí de manera armónica y estética, logrando un equilibrio entre todos ellos. Dichos elementos a los que nos referimos son el estilo fotográfico, el estilo ilustrativo, el estilo gráfico y el uso del color. En los próximos subapartados desarrollaremos cada uno de ellos de manera más específica para poder analizar sus detalles y singularidades.

3.6 DESARROLLO CREATIVO: PROCESO DE DISEÑO

3.6.1 ESTILO FOTOGRÁFICO

La fotografía se podría considerar probablemente el elemento principal de "Abril del 67".

Dentro del libro conviven tres estilos fotográficos distintos entre sí. Por un lado, se pueden encontrar fotografías analógicas antiguas, mientras que por otro, aparecen cuidadas fotografías digitales, tanto realizadas con cámara digital como con un escáner. No obstante, a pesar de sus diferencias, y gracias al diseño editorial y la dirección de arte, logran complementarse la una a la otra para transmitir el mensaje y las sensaciones deseadas. De algún modo, son un reflejo del carácter intergeneracional que el libro abarca, demostrando que una convivencia armoniosa es posible al optar por un estilo de carácter sencillo y atemporal.

Fotografía Analógica

Todas las imágenes analógicas han sido recuperadas de álbumes familiares pertenecientes a distintos parientes. Para conseguirlas, se ha llevado a cabo un enorme proceso de recopilación y selección manual, así como de posterior escaneo para lograr su digitalización. Una vez digitalizadas, estas apenas han sido editadas, pues era importante preservarlas de la manera más pura y fiel posible. De ese modo, se ha conservado la estética vintage dadas por los tonos retro de las cámaras de carrete, los pliegues que reflejan su manipulación y los desperfectos producidos por el paso del tiempo. Todas esas cualidades nos resultan muy valiosas y enriquecedoras para el proyecto, y por ello considerábamos fundamental respetarlas.

Con respecto a esto último, es necesario aclarar que algunas de las fotografías sí que han sido editadas en lo que a color respecta, bañándolas de un tono azul, como si de una cianotipia se tratara, por motivos narrativos que especificaremos en el apartado del "uso del color".

Cabe mencionar que las fotografías no han sido elegidas aleatoriamente, se han tenido siempre los criterios establecidos en mente. Consecuentemente, abundan las instantáneas donde la familia está reunida alrededor de una mesa, en la cocina, o donde aparecen sitios o personas vitales para que la historia que estamos contando cobre vida.

De esa forma, las fotografías analógicas han sido las escogidas para retratar a los personajes del libro. La justificación de esta decisión, además de ser estética, es pragmática. Hay ciertas personas vinculantes sin las que este libro no podría haberse hecho que ya no están con nosotros, y, por ende, no pueden ser fotografiadas actualmente. Así pues, la única manera de que sus rostros estuvieran presentes era a través de estas imágenes. Es cierto que podrían haber sido retratadas por medio de la ilustración, pero consideramos que el efecto no es el mismo en el lector a nivel emocional. Una fotografía es más realista y evoca sensaciones más nostálgicas que nos ayudan a lograr uno de los objetivos del libro, que es el de transportar a los lectores al pasado. El aire vintage de la fotografía analógica despierta nuestros recuerdos y nos hace rememorar acerca de nuestra propia historia.



[fig. 79] Fotografías analógicas familiares, Imagen propia de la autora



J O S E F I N A

ILA

CUANDO EMPECE A HABLAR, NO PREGUNTABA BIEN LA PALABRA "ABUELA", ME JAJAJ "ABUELA", Y DE AHÍ EL NOMBRE POR EL QUE LLEVO LLAMADOS A MI ABUELA TODA LA VIDA.

MÉRIDA - ENTRANTES - APERITIVO EXTREMEÑO

ABRIL DEL 67

Mi abuela nació en Mérida y sigue viviendo allí a día de hoy. Sin embargo, siempre nos habla de las épocas que pasaba en el campo con sus primas y sus tíos, rodeada de animales y al aire libre. Las recuerda como unas de las más felices de su vida. Comían lo que la tierra les daba y se relacionaban con el producto autóctono de la zona, adaptándose a las estaciones y lo que la naturaleza les ofrecía. Así pues, mi abuela Ila lleva disfrutando toda la vida y sin cuestionárselo de productos que actualmente se consideran hasta gourmet, como la *torta del casar* o la *putadera*, un falso chorizo típico extremeño elaborado a base de patata.

CARDO por NAVIDAD

Como es típico en Aragón, especialmente por Navidad, mi abuela solía preparar *Cardo con Salsa de Leche o de Almendras*. He de reconocer que yo no recuerdo haberlo comido en casa de mis abuelos sino en mi casa, ya siendo más mayor y bastante a regañadientes. A mi padre le gusta muchísimo y a mí no es un plato que me encante, pero a pesar de ello, le tengo cariño porque creo que es muy representativo de la dureza y entereza maña tan propia de los Sierra, a veces confundible con cabezonería...

MAMA VENTURA DE EXTREMEÑA

MAMA GUERANDO EN CUMPLE

Paletos de Gusi

[fig. 80] Pliegos extraídos del libro "Abril del 67"

Fotografía Digital - de estudio

Por otro lado, encontramos las fotografías digitales, que han sido enfocadas a la parte gastronómica del proyecto. Estas han sido realizadas por la propia autora con una cámara réflex digital, Nikon D3400, en un "estudio fotográfico" casero. Se ha optado por una fotografía de producto y de detalle donde prevaleciera la limpieza y la sencillez, sin elementos superfluos, donde el artículo fotografiado fuera el único protagonista. La máxima de estas imágenes es la de potenciar las cualidades estéticas, en lo que a color, volumen y textura respecta, de cada plato o alimento retratado. Para lograrlo se ha jugado con la composición de la imagen, los ángulos de la cámara con relación al objeto, y, especialmente, con una iluminación en clave baja que juega con los contrastes y el claroscuro. De este modo, conseguimos imágenes potentes a la par que expresivas y pulcras, transmitiendo una ligera sensación que remite al lujo y el buen gusto.

Cabe mencionar que todas ellas han pasado por un escrutinio, un proceso de selección y otro de edición y postproducción. De ese modo nos

aseguramos que la calidad de las seleccionadas para formar parte del libro final es la mejor en todos los aspectos: composición, luz, color y discurso.

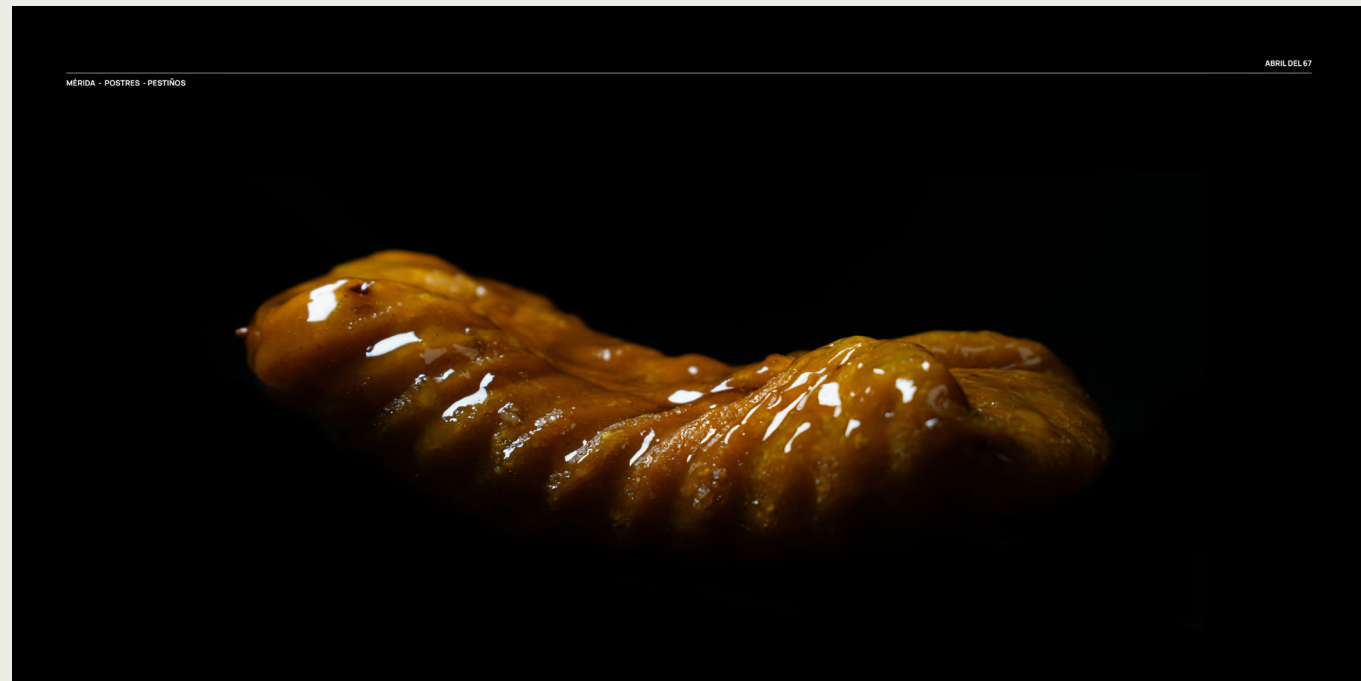
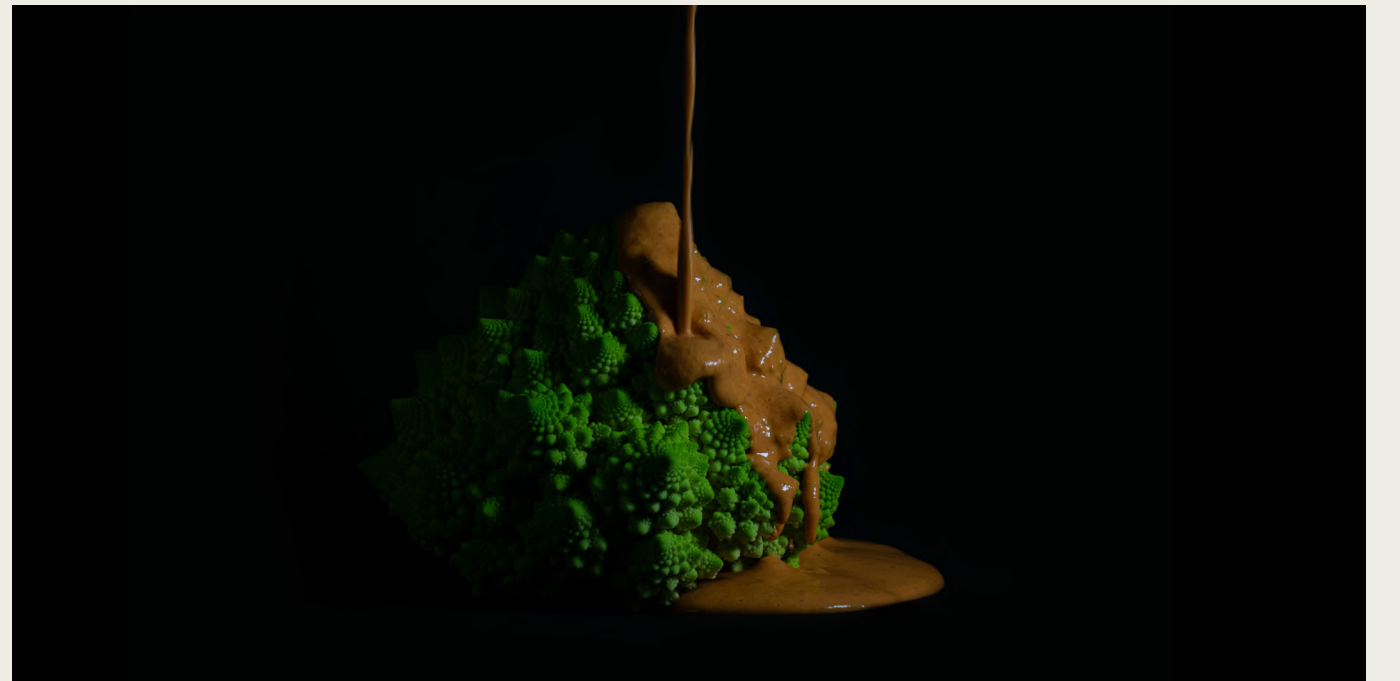
Encontramos inspiración para este estilo fotográfico en artistas como Karl Blossfeldt y Edward Weston. Ambos fotografiaban vegetales y plantas de manera sencilla y elegante, jugando con sus formas naturales y potenciándolas a través de la iluminación y el encuadre de la imagen.



[fig. 81] Documentación del proceso de hacer las fotografías digitales en el estudio fotográfico casero



[fig. 82] Documentación del proceso de hacer las fotografías digitales en el estudio fotográfico casero

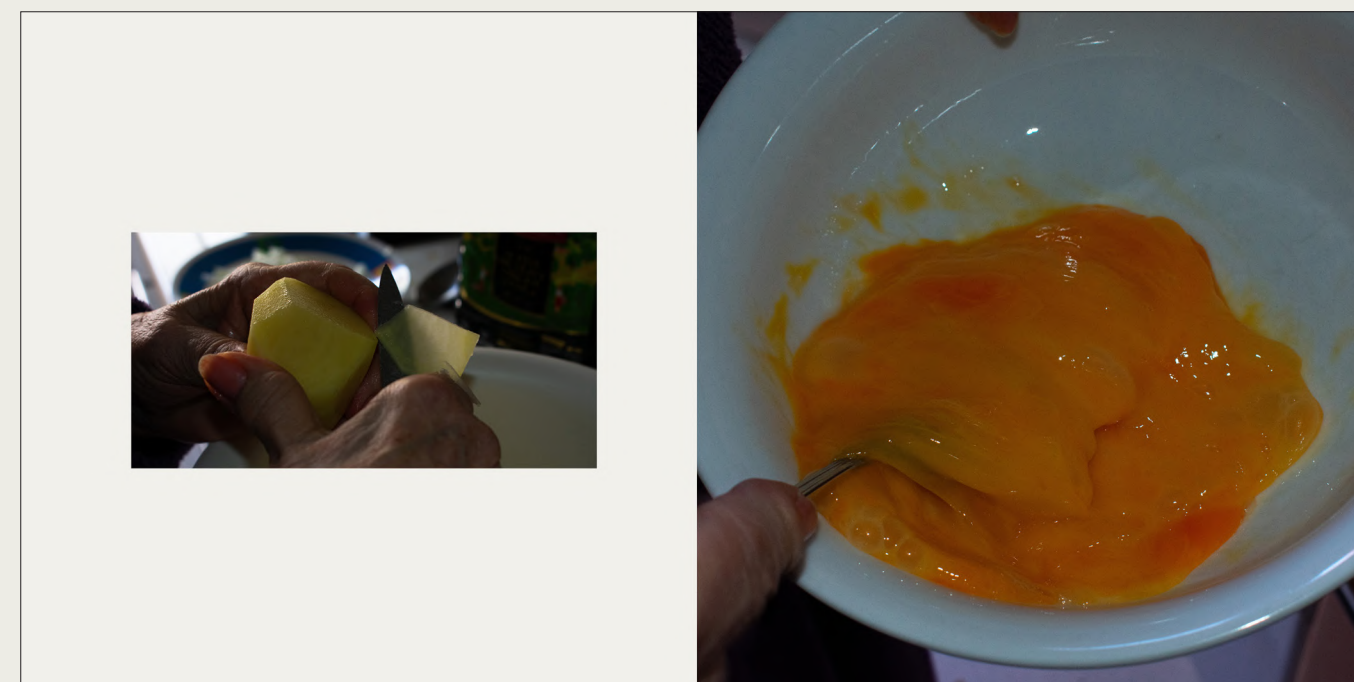


[fig. 83] Pliegos extraídos del libro "Abril del 67"

[fig. 84] Pliegos extraídos del libro "Abril del 67"

Fotografía Digital - fuera del estudio

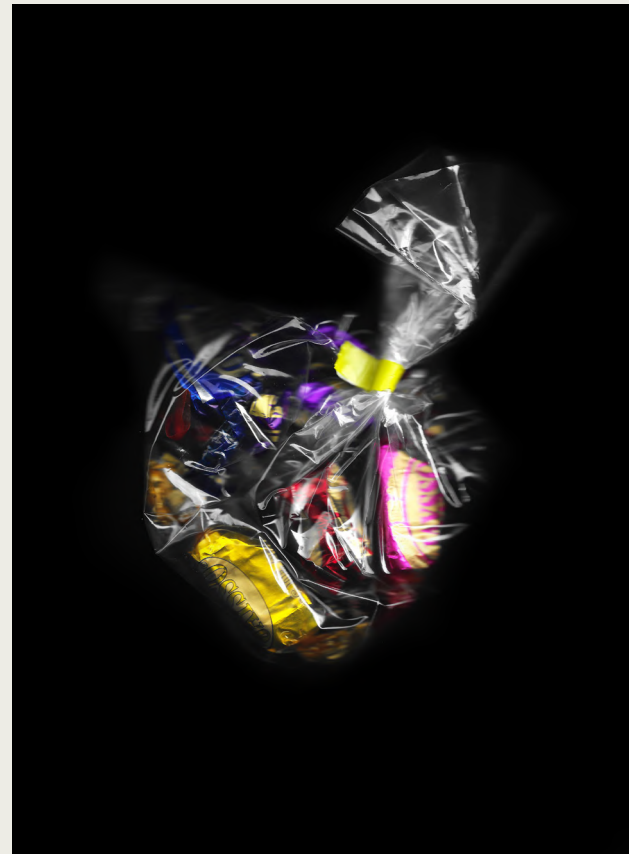
Empleando también la fotografía digital, se han capturado algunas escenas fuera del estudio fotográfico, más humanas y menos controladas. Estas muestran situaciones actuales en la cocina, mientras se prepara la comida. Su presencia en el libro es realmente escasa, únicamente se han incluido cuando el discurso así lo requería, cuando era necesario aumentar su nivel de dinamismo. Es importante aclarar que estas se han realizado teniendo en cuenta el estilo fotográfico de las sesiones hechas en el estudio, de manera que, a pesar de su disparidad, tienen puntos comunes que facilitan su vinculación y no hacen dudar en ningún momento de la coherencia fotográfica del proyecto.



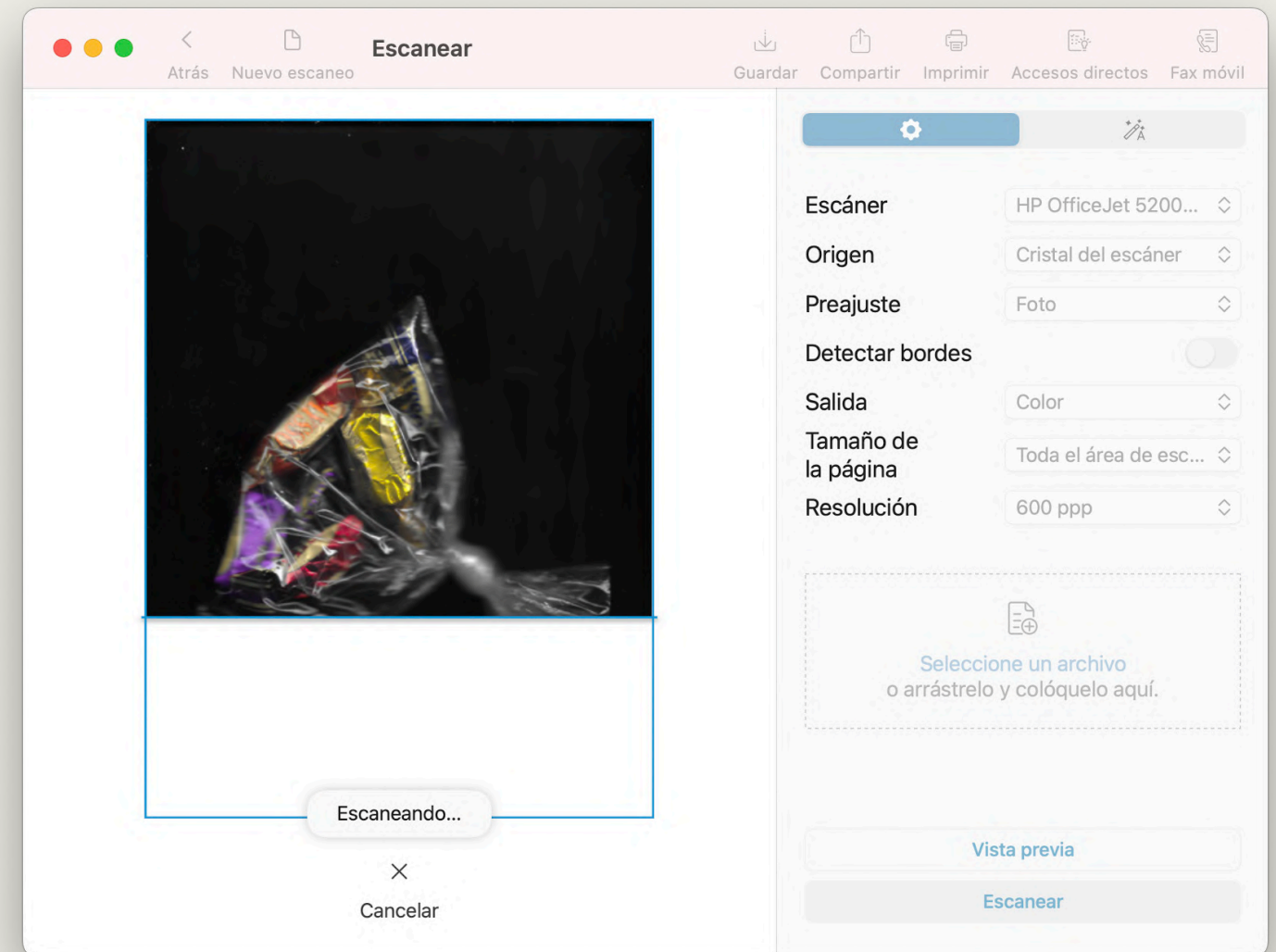
[fig. 84] Pliegos extraídos del libro "Abril del 67"

Escáner Digital

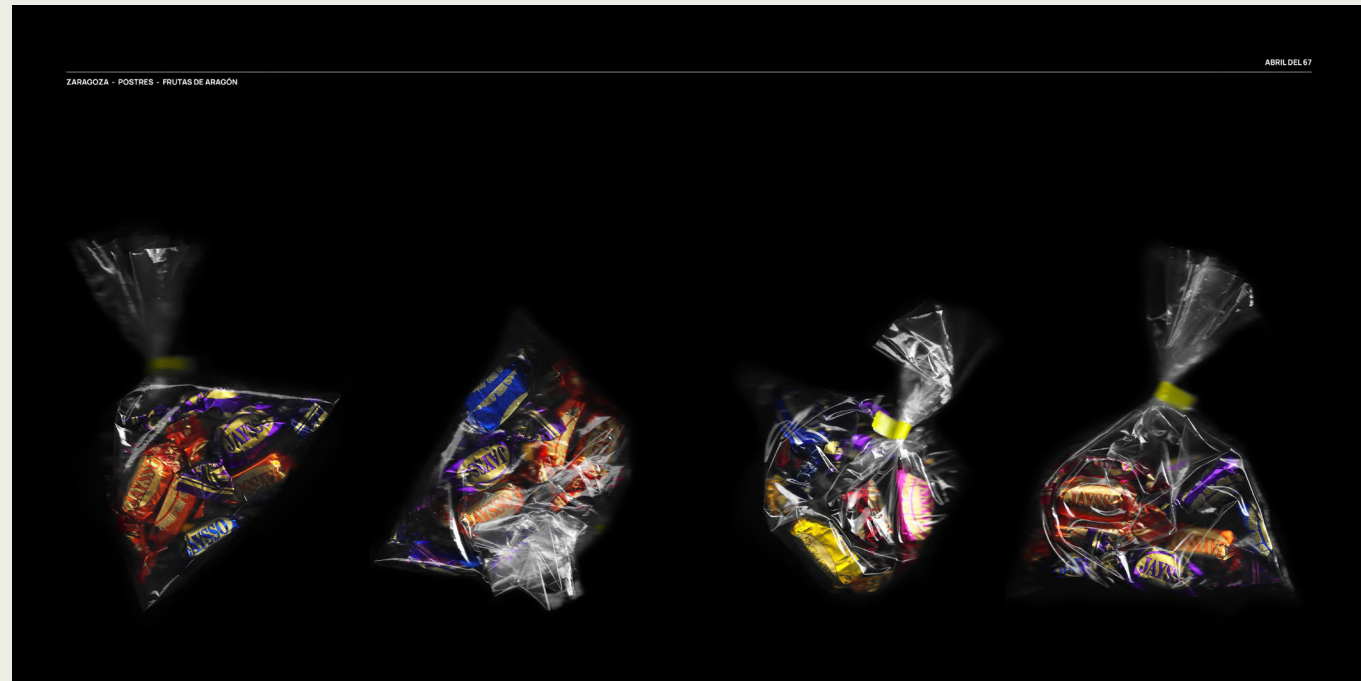
Respetando el mismo estilo de la fotografía digital de producto, hay ciertos platos y elaboraciones que, en lugar de haber sido fotografiados, han sido escaneados (de manera totalmente tradicional, como si de un folio de papel se trataran). Nuestra premisa es la de ensalzar el objeto y hacerlo brillar por sus propias cualidades, y experimentando llegamos a la conclusión de que ciertos artículos lucían más desde un ángulo inferior y con una iluminación más uniforme, siendo ese el motivo de recurrir al escáner en vez de a la cámara.



[fig. 85] "Frutas de Aragón" (2024). Imagen propia de la autora.



[fig. 86] Documentación del proceso de escaneo de la comida



MADRID - PLATOS PRINCIPALES - BARBACOA - CHIMICHURRI

ABRIL DEL 67

226

CHIMICHURRI

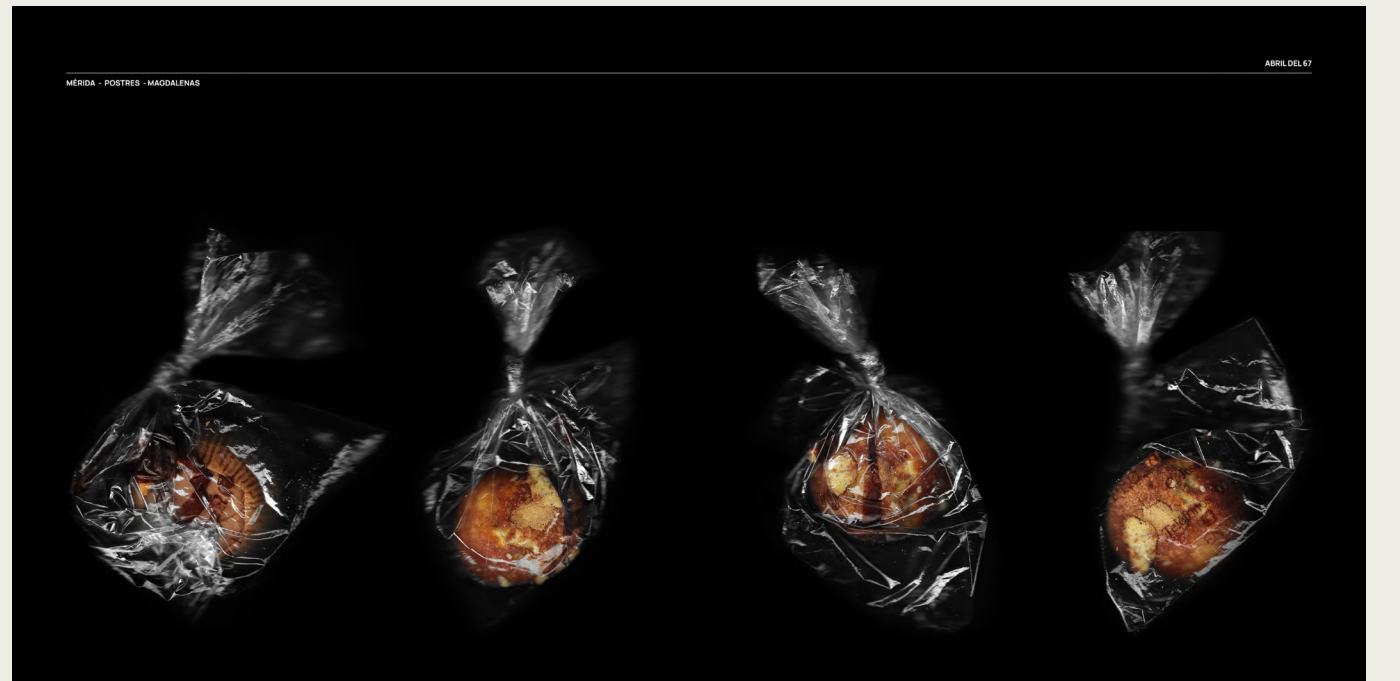
INGREDIENTES

- Ajos
- Tomillo
- Orégano
- Albahaca
- Laurel
- Romero
- Una punta de guindilla o una guindilla
- Cayena
- Pimienta negra, en grano y molida
- Pimentón ahumado dulce de La Vera
- Comino en grano
- Aji
- Vinagre
- Aceite de oliva virgen extra

Debe predominar el ajo, picado muy pequeño, como 3 o 4 dientes, y el tomillo sobre el resto de hierbas, pero es una elección totalmente personal. Luego, en cantidad, irían el orégano y la albahaca - en la misma proporción entre ellas - y el romero, del que echo muy poca cantidad. Pica en trocitos muy pequeños uno o dos hojas de laurel, según el tamaño que tengas, y una punta de guindilla picante seca, también muy troceada. El aji y el comino va en gustos, puesto que aportan bastante sabor y picante, en el caso del primero, así que cada cual que lo modere como prefiera.

Cuando todos estos ingredientes están en su recipiente, se añade pimentón dulce, un poquito de vinagre - a mí me gusta poco avinagrado, aunque debe notarse - pimiento negro molido y se termina cubriendo todo con aceite de oliva virgen extra.

No debería consumirse inmediatamente, sino dejarlo reposar al menos un día para que todos los sabores se integren completamente.



[fig. 87] Pliegos extraídos del libro "Abril del 67"

[fig. 88] Pliegos extraídos del libro "Abril del 67"

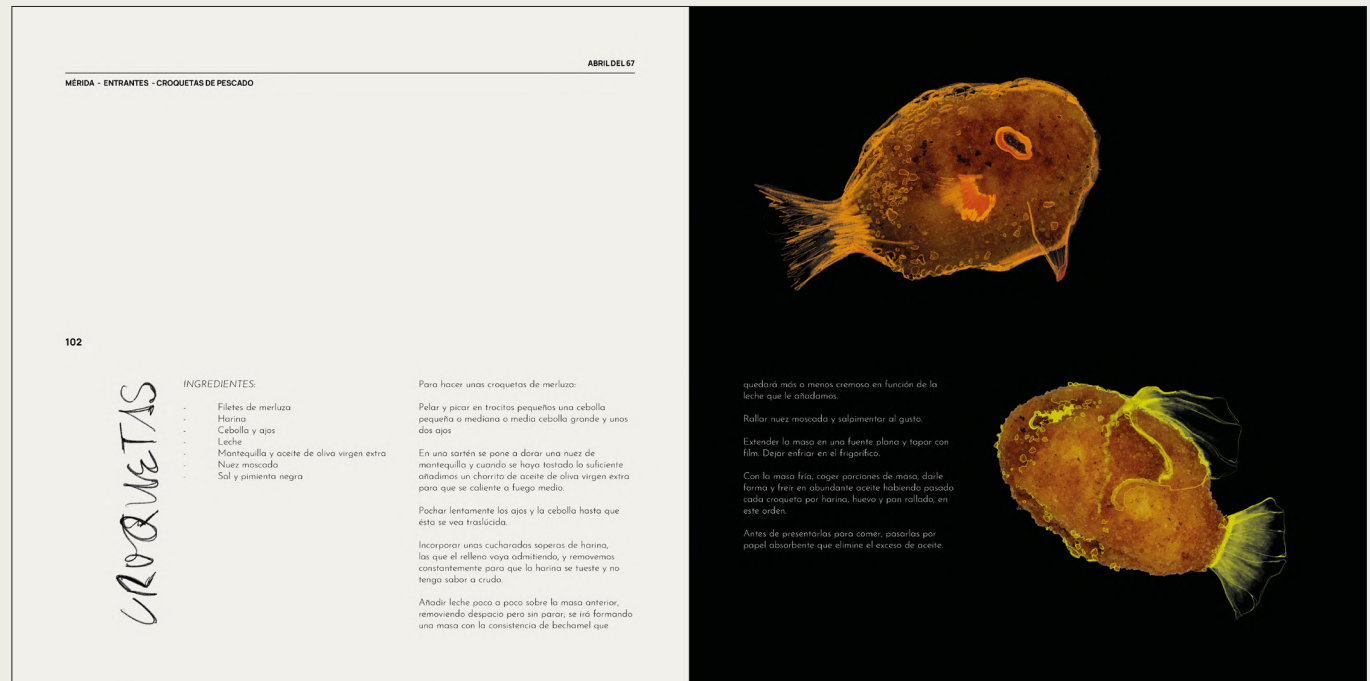
3.6.2 ESTILO ILUSTRATIVO

Para complementar a la fotografía, el libro también cuenta con una serie de ilustraciones que ayudan a hacer el objeto lo más visual posible. La mayoría de las ilustraciones tienen a los alimentos e ingredientes de las recetas como protagonistas, mostrándolos así no solo por medio de la fotografía.

Las ilustraciones se han realizado digitalmente en la aplicación de "Procreate", empleando únicamente dos pinceles para ello, el "Lápiz HB" y el "Rotulador". Estas herramientas nos permitían alcanzar el estilo ilustrativo desenfadado, con un ligero aire inacabado, colorido y con referencias naïf que buscábamos. El resultado de las mismas es figurativo pero no completamente realista, ya que nos hemos tomado ciertas licencias creativas para conseguir unas ilustraciones originales y llamativas. Queríamos que la ilustración fuera un elemento discordante y de contraste, que aportara toques de color y que haga del libro un objeto menos serio y más cercano. Para aumentar dicha sensación de espontaneidad y dinamismo, jugamos con la superposición y las transparencias de los dibujos entre sí y con otros elementos.



[fig. 88] Ilustración para "Abril del 67". Imagen propia de la autora.



[fig. 89] Pliegos extraídos del libro "Abril del 67"

3.6.3 ESTILO GRÁFICO

El estilo gráfico del libro se podría definir como ecléctico a la vez que sencillo y humilde. Hemos explicado previamente que no queríamos que el texto le restara protagonismo a las imágenes e ilustraciones, pero, de igual modo, tampoco queríamos dejarlo de lado y no cuidar su apariencia. Por ello, hemos definido varios estilos gráficos en lo que a textos respecta, para conseguir el balance perfecto entre la discreción y la personalidad propia.

Ninguna de las tipografías se ha escogido aleatoriamente, todas han sido contempladas individualmente en función de sus cualidades y el uso que se le iba a dar, así como en conjunto. Creemos que el repertorio empleado tiene una coherencia y cohesión grupal que logra transmitir los valores de "Abril del 67".

Cabe mencionar que a lo largo de todo el libro y con cada estilo, hemos ido jugando con los pesos, las jerarquías y alineaciones.

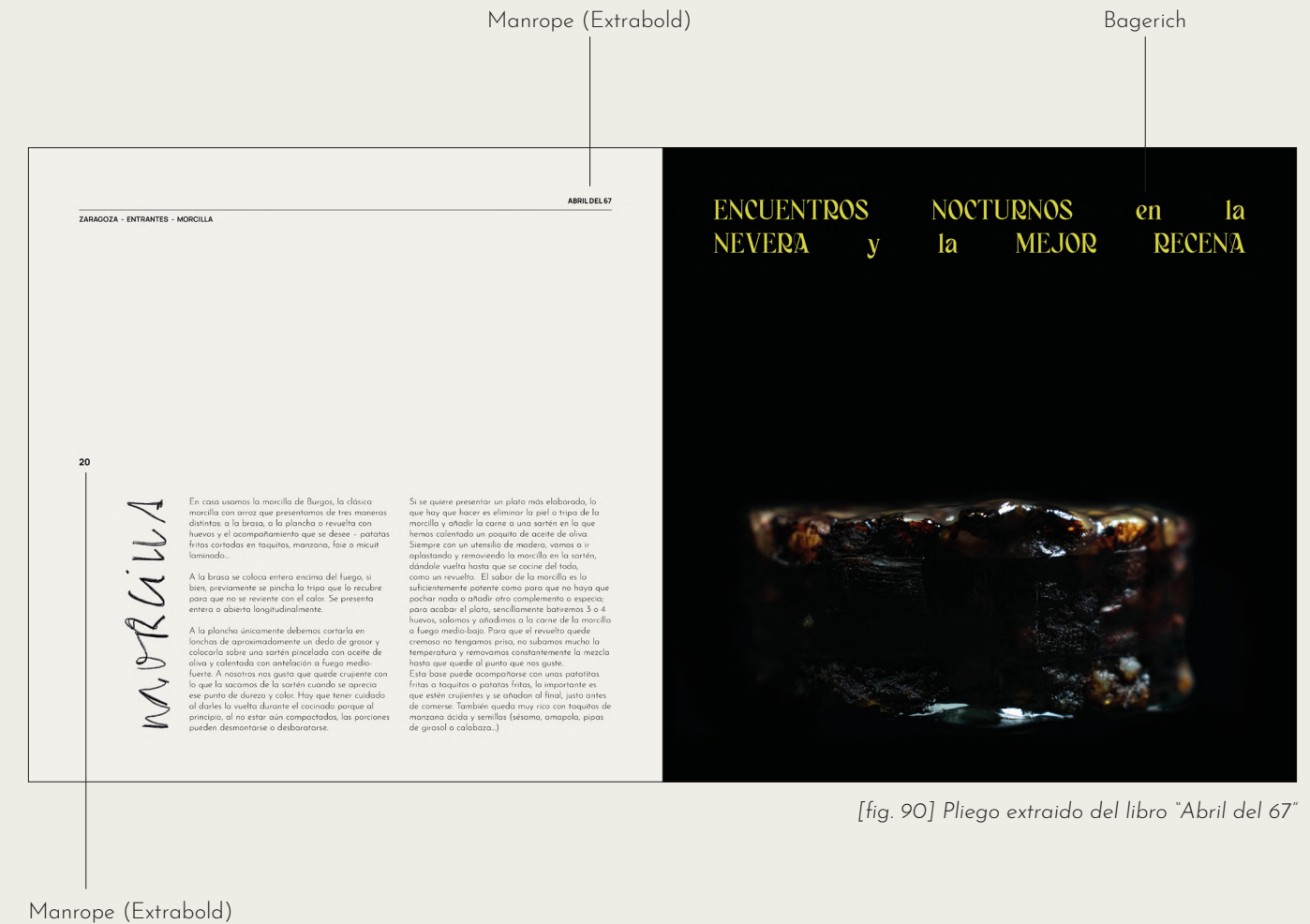
Títulos - Bagerich

Para los títulos hemos empleado la tipografía "Bagerich", que complementa unas terminaciones muy discretas con unas formas curvas llamativas. El resultado es el de una tipografía cercana y familiar a la par que elegante y distintiva, capaz de llamar la atención si es necesario.

Cuestiones Técnicas - MANROPE

La tipografía "Manrope" ha sido la escogida para lo que hemos llamado "cuestiones técnicas", es decir, aquellos elementos necesarios dentro del diseño editorial, tales como los números de página o los cintillos, que se mantienen estáticos a lo largo de todo el diseño. En estos se ha incluido siempre en su peso "extrabold". Se ha escogido por su sencillez y rotundidad, que le aporta estabilidad a todas las páginas del diseño.

También ha sido la escogida para el índice, pues al estar presente en todas las páginas de manera tan silenciosa, considerábamos que aportaría un toque de cierre y unificación general sutil pero perceptible.



[fig. 90] Pliego extraído del libro "Abril del 67"

Recetas - Josefin Sans (Light)

Las recetas han sido escritas en esta misma tipografía, la cual es de lo más sencilla y minimalista, no cuenta con ningún tipo de serifa ni terminación. Los ángulos y las alturas de sus letras le aportan la elegancia y madurez que buscábamos para esta sección, así como una cierta distinción con respecto al resto de tipografías de palo seco.

Ha sido la escogida para redactar las recetas porque se corresponde con la funcionalidad y claridad que dicho contenido requiere.

Anécdotas - Times New Roman

Las anécdotas, historias y recuerdos personales precisaban de una tipografía más cercana, clásica y redondeada, de modo que optamos por la Times New Roman. Esta es una de las tipografías con serifa más fiables que existen, además de una de las más recurrentes en las publicaciones editoriales, como hemos podido ver en la investigación previa. Asegura la legibilidad además de aportar un toque de perpetuidad y tradición, que es lo que pide el discurso de nuestro libro.



[fig. 91] Pliego extraído del libro "Abril del 67"

Caligrafía a mano

Aunque es cierto que hemos redactado las anécdotas y las historias relativas a nuestro discurso personal en Times New Roman, también hemos hecho uso de la caligrafía a mano.

Esta la hemos empleado de manera diversa y recurrente a lo largo de muchos de los pliegos del libro, escribiendo detalles sobre las fotografías o incluso grandes relatos aislados. Cabe destacar que todas las recetas vienen introducidas por un título escrito a mano, posicionado a su izquierda y rotado para actuar a modo de lomo.

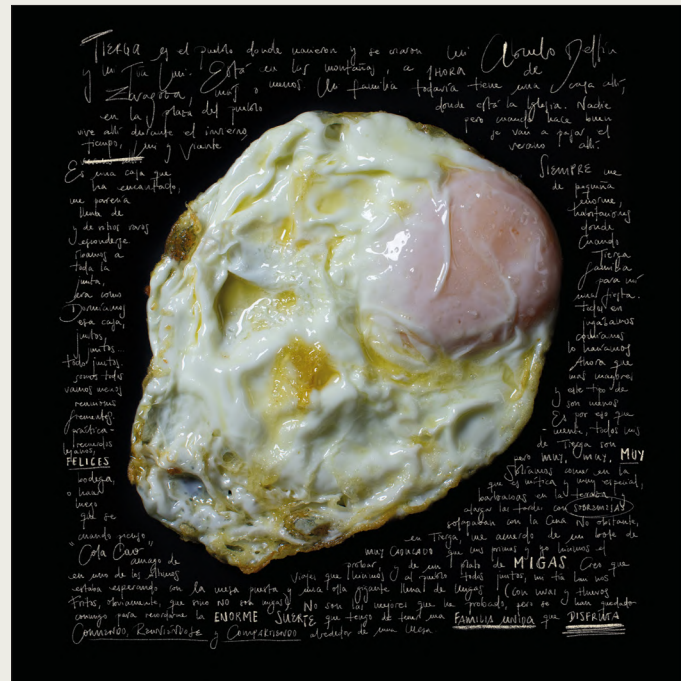
Hemos empleado el mismo lápiz que para las ilustraciones, así como una escritura propia en la que el trazo alude a estas. De hecho, podríamos decir que funciona de igual manera como elemento gráfico que como ilustración.

Hemos alternado un tipo de escritura cuidada, que respeta las mayúsculas, minúsculas y las guías de escritura, con otra mucho más desenfadada, infantil y voluminosa. Consideramos que la combinación de ambas, tanto entre ellas como con el resto de tipografías, logran aportar ese toque orgánico, humano, cercano e imperfecto que veníamos buscando. Realmente, le aporta mucha personalidad y supone un enorme valor añadido, a nuestro parecer, pues hace que este sea un objeto único e irrepetible.



Caligrafía a mano

[fig. 92] Pliego extraído del libro "Abril del 67"



Miguel y ROSANA TIENEN UNA CASA EN SOTO DEL REAL, EN LA SIERRA DE MADRID, DONDE, SOBRE TODO HACE AÑOS, SIEMPRE REUNIAMOS TODA LA FAMILIA DE MADRID CUANDO EMPREZABA A HACER CALOR. TODOS LOS DE MADRID, SIN CONTAR CON POSIBLES INVITADOS EXTRA, JAMÁS MÁS 14, QUE SON MUCHAS BOCAS A LAS QUE DAR DE COMER. ¿QUE ES AGUO FÁCU, RICO Y QUE SE PUEDE HACER EN GRANDES CANTIDADES? ¡¡ACÉPTO!! CUANDO ÍBAMOS A PASAR EL DÍA A SOTO, MI TÍA ROSANA SOÍA PREPARAR PAJETA PARA TODOS Y UNAS ENDIBIAS CON SALSA DE QUESO AZUL DE ESTIRANTE, QUE ME GUSTABAN MUCHO. ÚLTIMAMENTE VAMOS A SOTO MUCHO MENOS, PERO LA COSTUMBRE DE HACER AEROTE CUANDO VIENE GENTE A COMER A CASA, MI MADRE LA HA MANTENIDO, SOLO QUE EN LUGAR DE PAJETA, SU TÍA MÁS POR LAS VECES.



EN MI VIDA HE LLAMADO A MI ABUELO POR SU NOMBRE DE SEUDOS, NI PAPO, NI FRAN, NI NADA. ÉL ES PATA. Y MANOS MAL QUE LE APODAMOS ASÍ DESDE EL PRINCIPIO, PORQUE LITERALMENTE TODOS LOS HOMBRÉS DE MI FAMILIA MATERNA LE LLAMAMOS FRANCISCO Y A TODOS LOS HERMANOS REBUNTITOS AL HERMANO DE MI MADRE, PAPO, LE LLAMAMOS "CAROL" YA SU HIJO, QUE TERCERAMENTE TRANSMISO EL FRANCISCO, LE LLAMAMOS BERNARDO O BERNI. PARA ESTOS DOS ÚLTIMOS NO HAY MUCHA EXPLICACIÓN, PERO PARA EL MATE DE MI ABUELO SÍ, Y ES QUE CUANDO ERAMOS PEQUEÑOS Y VENÍAN A VISITARNOS A MADRID, SIEMPRE NOS TRAÍA UNA PATA DE JAMÓN IBÉRICO DE BELLOTA.



[fig. 93] Pliegos extraídos del libro "Abril del 67"

3.6.4 USO DEL COLOR

La paleta cromática de "Abril del 67" es bastante neutra en su base, es decir, que los colores que proporcionalmente más espacio ocupan son sencillos y poco llamativos, como el negro y el beige o blanco roto. No obstante, en menor medida, aparecen otros tonos más vivos y llamativos que hacen que el espectro de colores del libro sea mucho más amplio y rico.

Es necesario mencionar que hemos empleado el color como recurso para crear diversos códigos narrativos. Con esto nos referimos a que cada color escogido tiene su razón de ser justificada.

Nos vamos a detener en los siguientes dos casos, que son los más significativos: el caso del azul, y el caso de los "menús".



CMYK: 6/5/8/0
 RGB: 242/240/235
 #f2efea



CMYK: 91/79/62/100
 RGB: 0/0/0
 #000000

El caso del azul

El azul es el color que hemos escogido como hilo conductor a lo largo de todo el libro para hacer referencia a lo personal y al pasado.

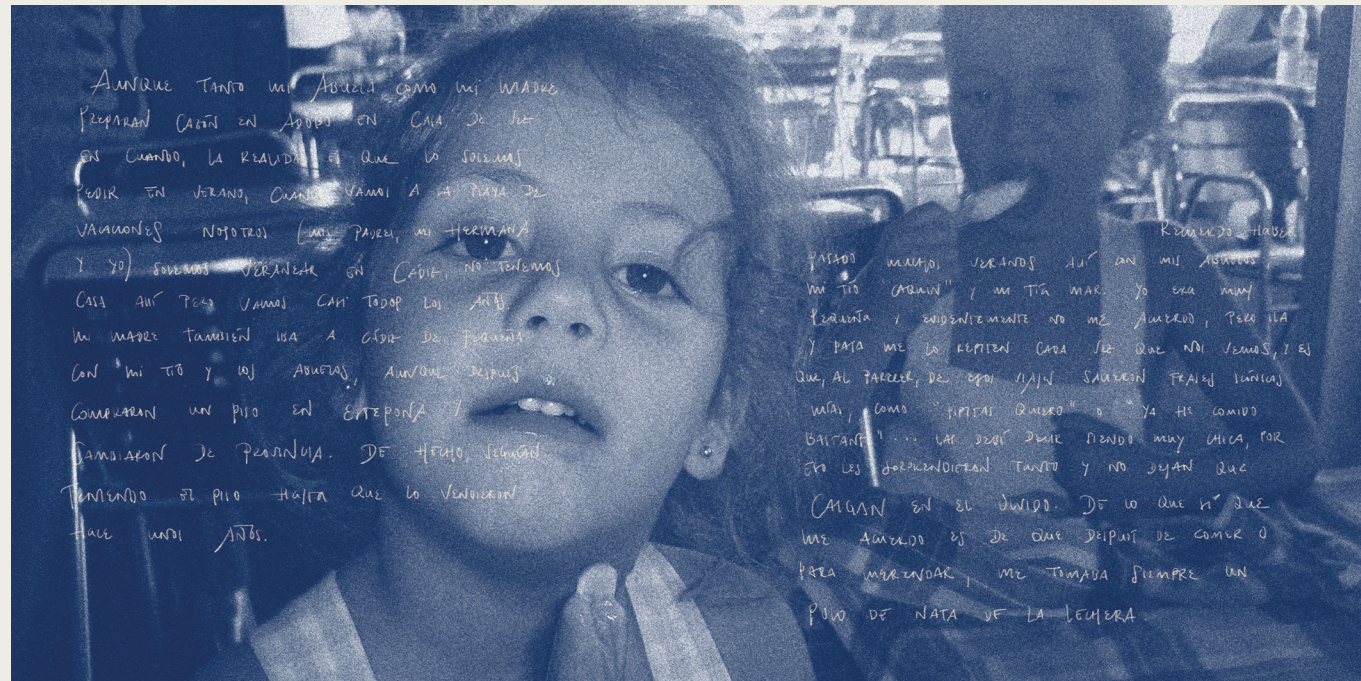
De igual manera que hemos hecho con las tipografías, los colores también tienen su significado. En este caso, el azul va de la mano de la Times New Roman y la caligrafía a mano, pues todas ellas se aplican a los textos personales e íntimos que hablan sobre los recuerdos e historias emocionales.

A su vez, algunas de las fotografías analógicas han sido editadas para aparentar ser una cianotipia, es decir, se les ha añadido ruido y han sido modificadas a un duotono azul. De este modo, la recurrencia de dicho color a lo largo de todo el libro es mucho mayor, pues está presente en todas las diversas secciones, asegurando la coherencia y la línea narrativa.

De hecho, si le tuviéramos que asignar un color a "Abril del 67", sería el azul.

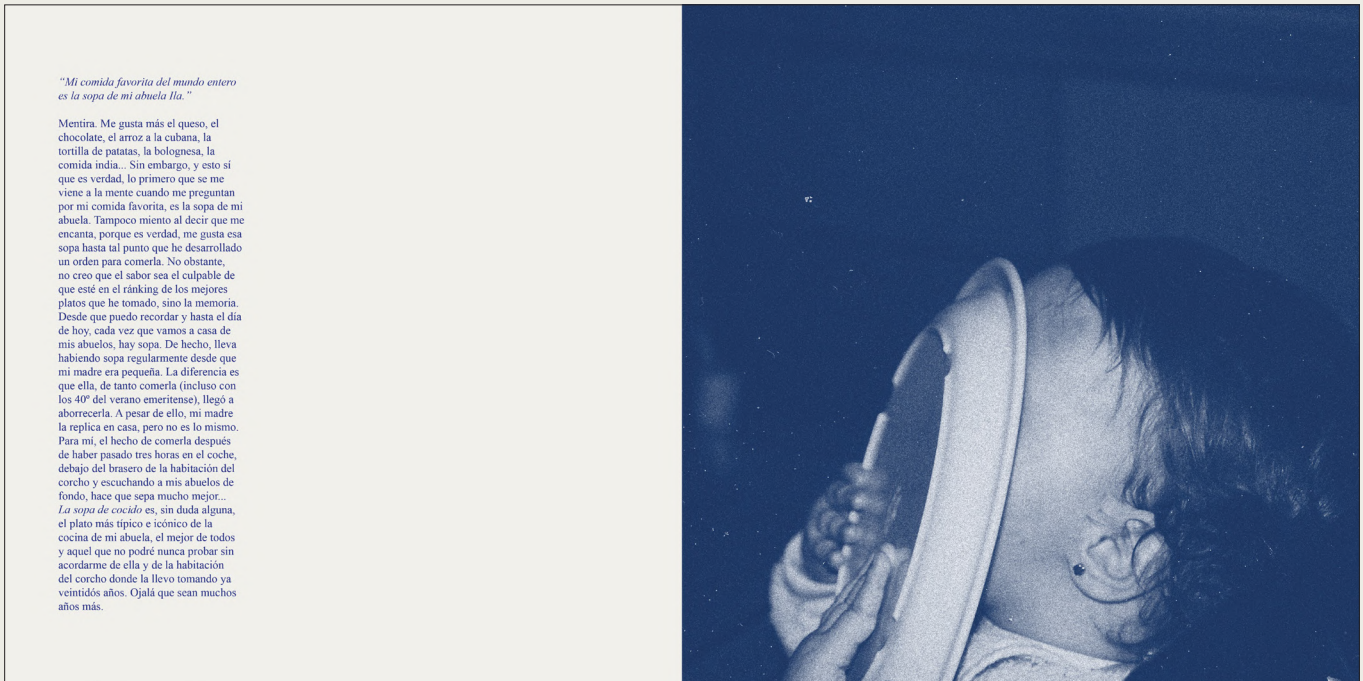
¿Por qué hemos optado por el azul? Porque además de permitir una muy buena legibilidad, era compatible estéticamente con los elementos que le precedían. Además, consideramos que fusiona lo retro con una elegancia actual, aportándole una distinguida identidad única al diseño, que no hace más que sumarle a su esencia.

Simplemente añadir que nos referimos al azul de manera genérica porque hemos empleada una gama de varios tonos en función de aquello que cada página requería. El único azul que podemos afirmar es siempre el mismo, es el que se le ha aplicado a las tipografías.



Aunque tanto mi abuela como mi mamá preparan cañón en aguas en casa de las en cuando, la realidad es que lo solíamos pedir en verano cuando vamos a la tarta de vainillos nosotros (con papá, mi hermana y yo) cuando veníamos en avión, no solíamos casa ahí pero vamos casi todos los años. Mi mamá también iba a casa de papá y con mi tío y los abuelos, aunque después compraron un piso en Estepóna y jamás van de vacaciones. De hecho, cuando compraron el piso hasta que lo vendieron hace unos años.

Recuerdo haber pasado muchos veranos ahí con mis abuelos, mi tío "Abani" y mi tía Mac. Yo era muy traviesa y evidentemente no me acordaba, pero iba y para me la repiten para ver que me acuerdo, y es que al parecer, de esos días saqué un par de fotos, como "¡Mamá quiero!" o "¡Ya he comido bastante!". Las cosas que recuerdo muy bien, por eso les doy recuerdos tanto y no dejan que camuflan en el mundo. De lo que sí me acuerdo es de que después de comer o para merendear, me tomaba siempre un poco de nata de la lechera.



"Mi comida favorita del mundo entero es la sopa de mi abuela Ita."

Mentira. Me gusta más el queso, el chocolate, el arroz a la cubana, la tortilla de patatas, la bolognesa, la comida india... Sin embargo, y esto sí que es verdad, lo primero que se me viene a la mente cuando me preguntan por mi comida favorita, es la sopa de mi abuela. Tampoco miento al decir que me encanta, porque es verdad, me gusta esa sopa hasta tal punto que he desarrollado un orden para comerla. No obstante, no creo que el sabor sea el culpable de que esté en el ranking de los mejores platos que he tomado, sino la memoria. Desde que puedo recordar y hasta el día de hoy, cada vez que vamos a casa de mis abuelos, hay sopa. De hecho, lleva habiendo sopa regularmente desde que mi madre era pequeña. La diferencia es que ella, de tanto comerla (incluso con los 40º del verano emérito), llegó a aborrecerla. A pesar de ello, mi madre la replica en casa, pero no es lo mismo. Para mí, el hecho de comerla después de haber pasado tres horas en el coche, debajo del braserío de la habitación del corcho y escuchando a mis abuelos de fondo, hace que sepa mucho mejor. La sopa de cocido es, sin duda alguna, el plato más típico e icónico de la cocina de mi abuela, el mejor de todos y aquel que no podía nunca probar sin acordarme de ella y de la habitación del corcho donde la llevo tomando ya veintidós años. Ojalá que sean muchos años más.



Las patatas fritas son la comida preferida de mi madre. Las mejores son las fritas en casa, en una sartén a fuego fuerte y con mucho aceite. Patatas fritas con sal, nada más. Aunque, a decir verdad, a las de bolsa no les hacemos tampoco ningún asco.

A mi madre le encanta el aperitivo, picotear sobras y comer con las manos. Mi padre es todo lo contrario. Yo soy más como ella. Todo lo que sea mancharse y prescindir de los cubiertos sabrá siempre mejor.

Las bolsas de patatas fritas me transportan a los viajes de carretera. Día que lo mejor de ellos era parar en la gasolinera y aprovechar para comprarse "guarrerías", como diría mi padre... A mí no me gusta llamarlas así. Yo siempre cogía las campesinas y mi hermana las de jarón. Mi madre cogía de las muestras porque nunca nos las acabábamos.

A medida que hemos ido creciendo hemos dejado de hacer esto, pero todavía recuerdo la ilusión que me hacía en su día cada vez que mi padre decía que había que repostar, o cuando alguien anunciaba que se hacía pis. Esas dos frases significaban patatas fritas, comer en el coche y ver a mi madre feliz.



A mí nunca me ha gustado demasiado mi cumpleaños. De pequeña sí que me hacía ilusión, pero a medida que he ido creciendo se ha convertido en un día que solamente espero que pase lo más rápido posible. Me pone nerviosa que me presten atención, me decepcionan siempre mis propias expectativas con respecto a los demás y me veo obligada a poner caras de agrado cuando realmente serían de incomodidad.

No obstante, no todo con respecto a mi cumpleaños es malo. Y es que es el único día del año en el que como mi tarta favorita, la tarta de galletas de mi madre. A pesar de que es un plato muy sencillo de elaborar, como soy la única que la pide, mi madre solo la hace para mi cumpleaños. Además, yo soy el tipo de persona que se guarda las cosas especiales para momentos especiales, de manera que no la pido nada más que para esta ocasión. Esta tarta es sinónimo de 4 de octubre, de mi cumpleaños.

Es curioso que los sentimientos que asocio a este plato son solo positivos, mientras que los que asocio a mi cumpleaños son bastante negativos. Supongo que es porque esta tarta me lleva a años en los que todavía no hacían falta dos velas en la tarta, a cuando era niña y no tenía más preocupaciones que disfrutar del postre que mi madre había preparado para mí, a cuando que por eso la pido siempre, a cuando volver a esos años en los que mi cumpleaños era feliz.

[fig. 93] Pliegos extraídos del libro "Abril del 67"

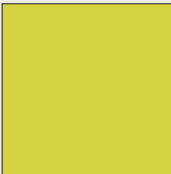
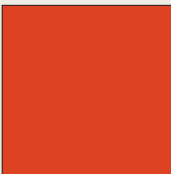
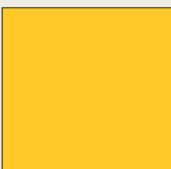
El caso de los menús

Como hemos explicado previamente, el libro está dividido en tres secciones, en tres menús degustación, para ser concretos.

Volviendo a emplear el color como recurso gráfico y editorial, le hemos asignado un color a cada uno de ellos. Al primer menú, el "Menú Zaragoza", un verde amarillento, al "Menú Mérida", un naranja rojizo muy potente e intenso, y al "Menú Madrid", un amarillo llamativo con ligeros toques anaranjados. El color se aplica en las introducciones y separaciones interiores de cada menú, así como en los títulos y algunos textos escritos a mano.

De este modo, no solo se le aporta identidad a cada apartado, sino que la diferenciación entre unos y otros es mucho más sencilla.

Cabe mencionar que los colores se han elegido en base a los tonos de las ilustraciones y con una concordancia entre los tres en mente.

	CMYK: 23/6/83/0 RGB: 214/211/67 #d6d343
	CMYK: 6/84/93/1 RGB: 221/67/35 #dd4323
	CMYK: 0/22/87/0 RGB: 255/202/40 #ffca28



[fig. 94] Páginas de Introducción a cada menú , "Abril del 67"

3.6.5 MAQUETACIÓN

En la maquetación es donde, realmente, comprobamos cómo se comportan todos los elementos entre sí una vez aplicamos el diseño gráfico y editorial. Esta ha sido realizada en Adobe InDesign, que consideramos la herramienta óptima para ello.

Para acomodarlos todos con cierto sentido y regularidad, hemos empleado el patrón que muestra la imagen de la derecha, que se corresponde con la página maestra del diseño.

Por un lado, una retícula conformada por una serie de guías, diseñada a medida en base a nuestras necesidades. Es necesario destacar que ha resultado especialmente útil en todas las páginas de las recetas, ya que seguían todas una misma dinámica estructural. El resto de páginas, por el contrario, eran más dinámicas y cambiantes.

Por otro lado, encontramos el cintillo o la cabecera así como la numeración, dos elementos fijos que nos hemos limitado a suprimir en las

páginas donde no eran necesarios. Estos ayudan a que la línea visual y narrativa sea mucho más fluida y fácil de seguir.

Por último, queremos mencionar que aquello que hemos priorizado siempre a lo largo de todo el proceso de maquetado han sido las premisas dadas por la dirección artística. Recalcamos nuestra predilección por las páginas limpias y claras, pues nos permiten desarrollar un diseño con aire y que respira. Para ello nos aseguramos de establecer márgenes amplios, de 20mm a cada lado.



[fig. 95] Página maestra del documento de Adobe InDesign con el que se ha maquetado "Abril del 67"

3.6.6 IMPRESIÓN Y ENCUADERNADO

El último paso para materializar el proyecto es la impresión y el encuadernado.

Lo fundamental de la impresión es que respete los parámetros dados, es decir, las dimensiones, el formato, las tintas, las sangrías...

Además, los papeles escogidos también son elementos cruciales para conseguir el acabado deseado.

La cubierta, es decir, portada y contraportada, así como las páginas de introducción a cada menú, están ideadas para ir en un papel mate

de gramaje alto (mínimo de 200gr.) y con una ligera textura rugosa. Son necesarias dichas características para poder realizar la impresión en golpe seco que los títulos ahí precisan.

Los demás papeles deben ser también mate, sin textura y de menor gramaje que los anteriores pero aún con consistencia.

Por último, se une todo mediante un encuadernado cosido, que es el más adecuado para asegurar la calidad de este tipo de libros. De este modo, el margen interior se respeta mejor, evitando desajustes gráficos, y la calidad final del objeto es mucho más compacta y consistente.



[fig. 96] Mock-up de del libro impreso. Portada, Contraportada y Guardas

3.7 RESULTADOS

3.7.1 LIBRO

El libro completo y en su totalidad cuenta con unas 300 páginas, de modo que es inviable mostrarlo entero dentro de esta misma memoria. Quien desee ver todas sus páginas, podrá descargárselo a través del link del "Anexo 3".

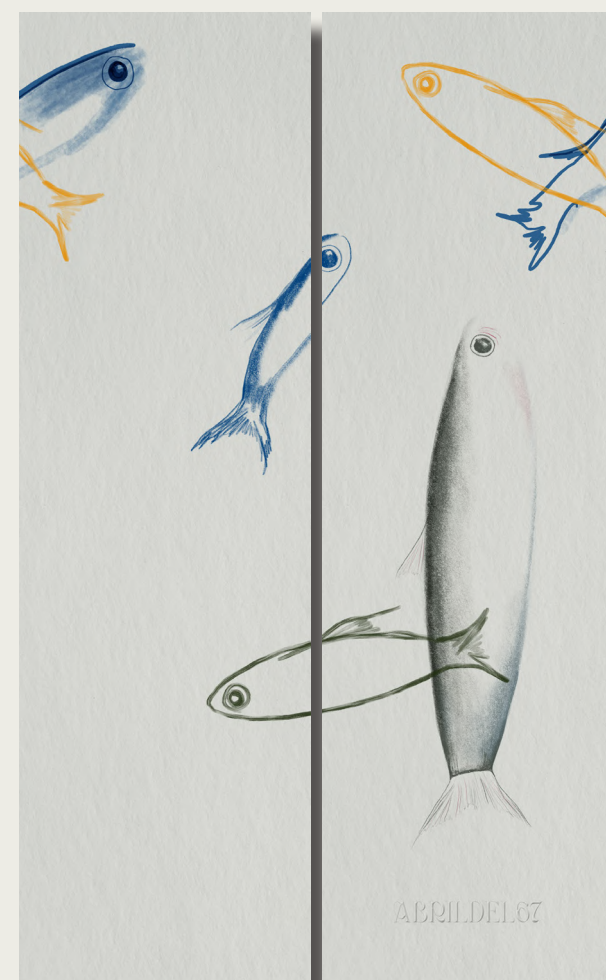
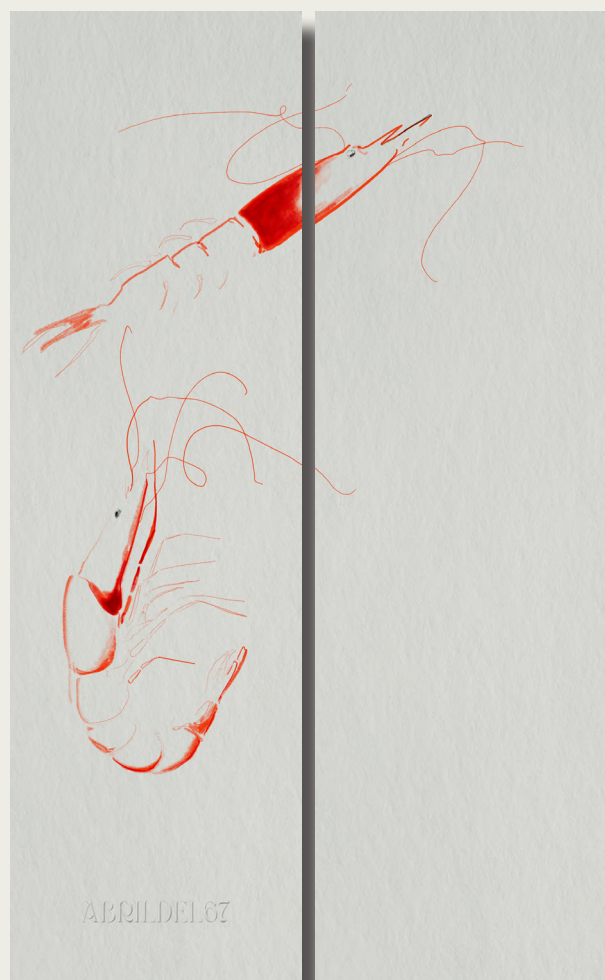
De todas formas, a lo largo del desarrollo ya es posible hacerse una idea acerca del diseño final del libro, pues se han ido mostrando algunos de los pliegos que lo conforman. Incluso así, recomendamos descargárselo para apreciar su orden y estructura.

3.7.2 EXTRAS

Para complementar al libro y sumarle un valor añadido, decidimos realizar una serie de marcapáginas y pósters con algunos de los elementos más característicos y representativos del proyecto.



[fig. 97] Marcapáginas (derecho y revés) hecho para "Abril del 67"



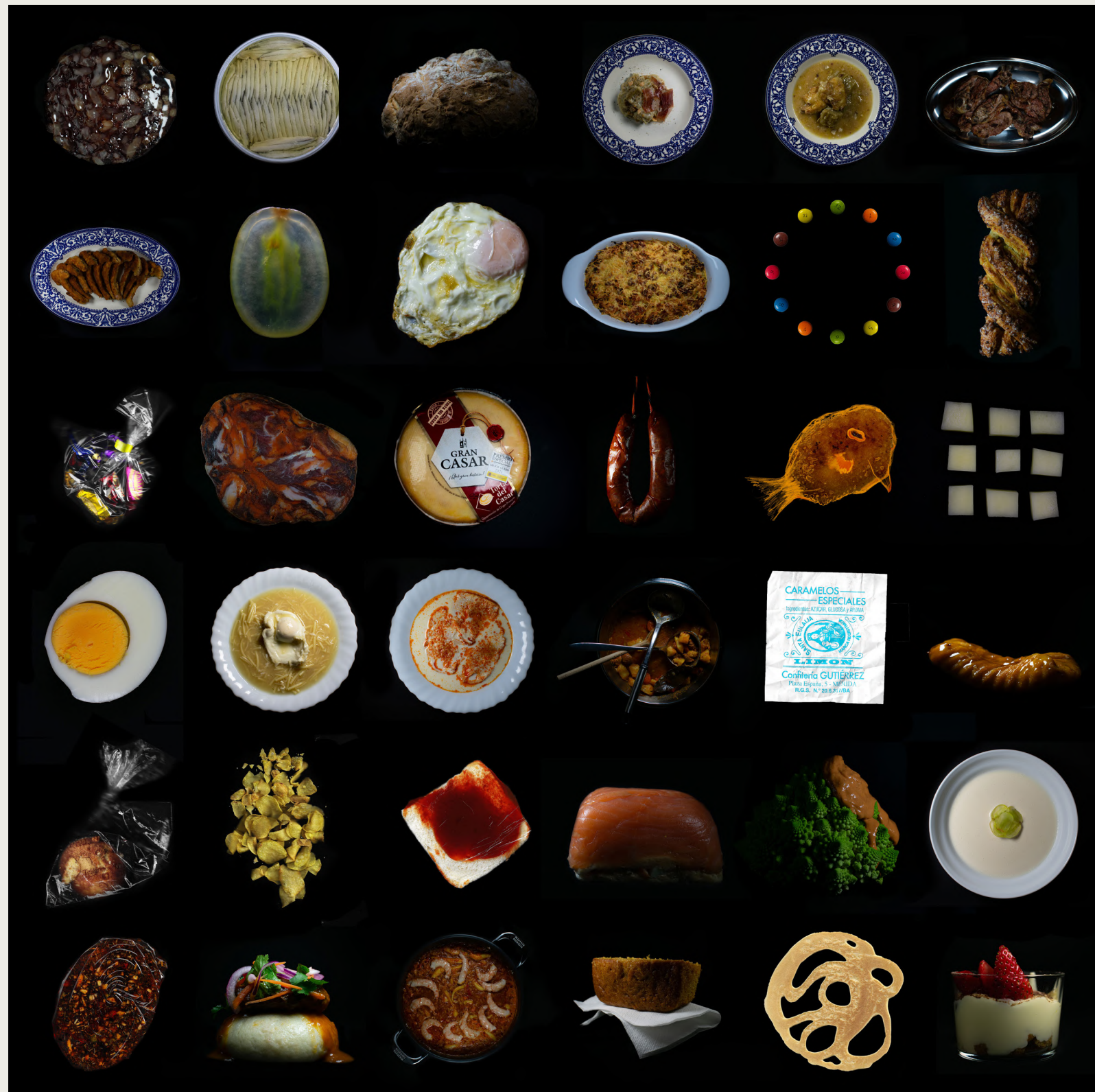
[fig. 98] Marcpáginas (derecho y revés) hecho para "Abril del 67"



[fig. 99] Póster ilustrado 50x50cm



[fig. 100] Póster ilustrado 100x100cm



[fig. 101] Póster fotográfico 100x100cm

análisis de resultados

Tras haber mostrado todo el proceso de creación de "Abril del 67", desde su ideación e investigación teórica hasta su materialización, nos disponemos a analizar los resultados de todo ello. Evaluaremos el proyecto basándonos en los objetivos marcados al inicio de la memoria.

¿OBJETIVOS CUMPLIDOS?

Los objetivos que se habían planteado inicialmente serán aquellos que ahora dictaminen el éxito del proyecto. El hecho de haberlos cumplido todos nos permitiría calificar al proyecto como fructífero y exitoso, ya que habría alcanzado las metas proyectadas.

Objetivo Principal

En lo que al objetivo principal respecta, podemos afirmar que está cumplido, ya que hemos desarrollado un proyecto editorial híbrido entre recetario y álbum familiar en el que la comida adquiere una dimensión narrativa que nos permite transportarnos al pasado. Así pues, el libro puede considerarse un legado familiar al que recurrir como fuente de recuerdos y recetas.

No hubiera sido posible alcanzar el objetivo principal si no se hubieran ido cumpliendo los objetivos secundarios. Lo analizamos seguidamente.

Objetivos Secundarios

Comenzando por los objetivos teóricos, consultando nuestra investigación podemos afirmar que hemos cumplido con todos y cada uno de ellos.

- Hemos definido claramente los conceptos de "comida" y "cultura", además de demostrar y comprender los vínculos que entre ambos existen, gracias al estudio de diversos libros y artículos científicos. Así se puede comprobar en el primer bloque del estado de la cuestión.
- Hemos estudiado y elaborado conclusiones propias acerca de la teoría de Chapman sobre los lenguajes del amor, que ha resultado ser imprescindible para confirmar nuestra hipótesis, que la comida es, en efecto, el lenguaje universal del amor. Su desarrollo se puede apreciar en el bloque primero del marco teórico.
- Hemos analizado el funcionamiento de la memoria humana desde un punto de vista biográfico y sensorial, que era lo relevante y necesario para nuestra investigación, no

era necesario ir más allá. Gracias a ello hemos podido establecer relaciones entre la memoria y la identidad, observando que no pueden existir la una sin la otra. Así lo hemos desarrollado en el segundo bloque de investigación del estado de la cuestión.

- Hemos analizado teórica y gráficamente varios soportes editoriales vinculantes para confirmar cómo el hombre recurre a la documentación para preservar su memoria e identidad. La parte teórica se puede encontrar en el segundo bloque del marco teórico, mientras que el análisis visual se puede encontrar en el tercer bloque.

A continuación, comprobaremos el cumplimiento de los objetivos prácticos:

- Hemos diseñado y materializado un libro físico en el que conviven las recetas con las historias personales. Además, todo ello se ha hecho resaltando el valor de la fotografía, la ilustración, la maquetación y el diseño gráfico, tal y como se había planteado inicialmente.

- Hemos documentado todo el proceso de creación e investigación a través de apuntes, bocetos, moodboards, índices de contenido, fotografías... Todo ello se ha ido plasmando en un cuaderno de viaje, así como en esta misma memoria.

- Hemos definido y aplicado una dirección artística que nos ha permitido conseguir un resultado coherente tanto estética como conceptualmente.

Por lo tanto, podemos afirmar orgullosamente que "Abril del 67" ha cumplido los objetivos y las expectativas que se tenían para con él. Los resultados, que podemos calificar de exitosos, son el reflejo de un proceso de trabajo cuidadoso, en el que se le ha prestado atención a todos y cada uno de los detalles, brindándole a cada paso del camino la atención que requería. Cabe añadir que la planificación del tiempo y las tareas ha sido fundamental para lograr los objetivos en el tiempo estipulado.

Conclusiones

Por último, cerraremos la memoria con una serie de reflexiones acerca de los aprendizajes que hemos podido extraer del proyecto, así como con una proyección del mismo a futuro.

Aunque ya hemos explicado en el apartado anterior cómo "Abril del 67" puede considerarse un proyecto triunfal y exitoso porque cumple con todos los objetivos, queremos recalcar no solo eso, sino su valor añadido, dado por un proceso bien hecho.

La investigación teórica y práctica que hemos realizado hasta alcanzar un resultado físico ha sido de gran importancia, pues nos ha ofrecido la base y la justificación de nuestro proyecto. De hecho, este era un punto muy importante en nuestro caso en concreto, el de ilustrar y hacer ver la necesidad de que haya un libro como el nuestro en el mercado. Sí, es cierto que es un libro muy personal, pero concebido para cumplir una labor pública. Puede que nazca de lo íntimo y que venga motivado por cuestiones privadas, pero su razón de ser, sus valores y su mensaje, tienen un hueco en el mercado porque las personas así lo demandan. Surge de un "yo", pero se dirige a un "todos".

Como hemos evidenciado repetidas veces, todas las personas del mundo entienden el lenguaje de la comida. A su vez, todos luchamos contra el miedo al olvido. Estas dos afirmaciones son

hechos, tal y como hemos demostrado a lo largo del marco teórico, y son las bases que arrojan a nuestra idea. Son estas verdades las que hacen que cualquiera pueda sentirse identificado con las historias y las anécdotas que en "Abril del 67" se narran, incluso si tratan sobre aparentes desconocidos.

Además de hablar sobre el concepto del libro, nos gustaría resaltar su aspecto visual. Hemos realizado un esfuerzo y un ejercicio creativo para mostrar el contenido de la manera más dinámica, amena a la par que clara y concisa posible. Para ello hemos priorizado que las páginas respiraran y que todos los elementos fotográficos e ilustrativos fueran de la máxima calidad posible. El papel de una dirección de arte definida y cuidada ha sido imprescindible, pues es la que ha permitido que haya una unidad entre todas las partes que conforman el todo, el cual se podría definir como coherente, orgánico, cercano, elegante y sencillo.

Gracias a la ejecución de este libro hemos confirmado el poder que el diseño alberga para emocionarnos y transportarnos.

PROYECCIÓN A FUTURO

Proyecto de diseño

Confiamos en que este libro pueda ser un recordatorio sobre las dimensiones de la comida y el poder de la nostalgia. Ya lo es para las personas implicadas en él, pero aspiramos a un alcance mucho mayor. Es por ello que "Abril del 67", excediendo sus objetivos, se dispone enteramente a adquirir una dimensión real. Tal y como hemos evidenciado previamente, ya hemos iniciado una conversación con la editorial "Tabletimes", que es la que consideramos más afín a nuestra mentalidad dentro del panorama editorial alternativo español. Verdaderamente creemos que la idea de que "Abril del 67", en un periodo de tiempo a corto-medio plazo, pueda encontrarse en las estanterías de alguna librería es totalmente viable. El motivo principal por el que nuestra convicción es tan firme es porque creemos fielmente en el proyecto y en su ejecución. Los valores que le preceden, bajo nuestro punto de vista, son incuestionables, lo que ya le aporta una base sólida e indiscutible. Además, a nivel formal ha sido ideado y concebido teniendo en cuenta una producción factible, empleando un formato, unas dimensiones

y unos materiales realistas y que, en un principio, no deberían suponer ningún problema para cualquier imprenta.

No obstante, somos realistas y somos conscientes de que no es un libro perfecto. Precisamente por eso consideramos que, junto con una editorial profesional y experimentada en el sector, "Abril del 67" podría incrementar su valor hasta alcanzar su máximo potencial.

Además, pensamos que con el tiempo y los recursos suficientes, "Abril del 67" podría ir más allá del soporte editorial. Sostenemos que la potencia de su discurso es tal, que sus posibilidades son infinitas. Así pues, el proyecto podría derivar en un formato audiovisual a modo de corto o película, o incluso en una experiencia de cara al público que incluya a la restauración dentro de la ecuación.

Proyección personal

Realizar "Abril del 67" ha supuesto un gran reto a nivel personal, no solo en lo que a gestión temporal y de esfuerzos respecta, sino a un nivel íntimo más profundo.

Rebuscar entre los recuerdos, los álbumes familiares y el pasado, aunque es entrañable y divertido, no siempre es fácil. Además, verbalizar y ponerle palabras a las emociones, las anécdotas y a esta forma de concebir la comida y la alimentación, ha supuesto desenterrar muchos fantasmas propios que, en ocasiones, hacían que nuestras bases se tambalearan. No obstante, a pesar de todas las complicaciones y frustraciones que han ido surgiendo a lo largo de todo el proceso, confirmamos que ha sido gratificante. Hemos disfrutado especialmente de las fases más experimentales en las que no teníamos limitaciones ni restricciones de ningún tipo que frenaran nuestra creatividad, como, por ejemplo, la de escanear comida.

De hecho, ahondar en el mundo gastronómico nos ha hecho percatarnos todavía más de la estrecha relación que existe entre los ámbitos del arte y el diseño con el de la cocina. Se trata de un vínculo que nos gustaría explorar a futuro, pues consideramos que puede tener muchas ramificaciones innovadoras. Es por ello que contemplamos la opción de realizar un máster en "Food Design".

DECLARACIÓN PERSONAL

Para finalizar, nos gustaría hablar de "Abril del 67" desde el lugar en el que se originó, desde nuestros adentros, vivencias, experiencias y recuerdos.

Se trata de un proyecto especialmente significativo, pues además de alcanzar las expectativas a nivel formal, conceptual y académico, lo hace, especialmente, a nivel personal. Los valores, los recuerdos y las personas que en sus páginas aparecen son los responsables de que "Abril del 67", así como su autora, puedan estar viendo la luz a día de hoy.

De corazón, gracias a todos.

bibliografía

webgrafía

recursos web

6.1 BIBLIOGRAFÍA

ARDÍ, Enric (2016). *Pensar con imágenes*. Barcelona: Gustavo Gili.

ARQUERO, Isabel; DELTELL, Luis (2022). "Malabares de la memoria. Fotografías, recuerdos visuales, ensayos y ficciones". *Fotocinema. Revista Científica de Cine y Fotografía*, N.º 25, pp. 7-12.

BACHELARD, Gaston (1986). *Poética del espacio*. México: Fondo de Cultura Económica.

BARTHES, Roland (1982). *La cámara lúcida. Nota sobre la fotografía*. Barcelona: Gustavo Gili (y Paidós Ibérica, 1990).

BARTHES, Roland. (2009). *La cámara lúcida. Nota sobre la fotografía*. España: Paidós.

BIRD, Brad (2007). *Ratatouille*. California: Pixar.

BLASCO, J. (2018). *De Goebbels a Hoffman. Álbum de familia y prácticas artísticas. Relecturas sobre la autobiografía, intimidación y archivo*. España: Gráficas Alós.

BRILLAT-SAVARIN, Jean Anthelme (2012). *Fisiología del gusto*. Gijón: Ediciones Trea.

BUSQUETS, Jordi (2015). *La cultura*. Barcelona: Editorial UOC.

CANDAU, Joel (2001). *Memoria e Identidad*. Buenos Aires. Del Sol

CARTAY, Rafael (2003). *La hallaca en Venezuela*. Caracas: Fundación Bigott.

CHAPMAN, Gary (1996). *Los cinco lenguajes del amor*. Miami: Editorial Unilit.

DELGADO, Fernanda (2023). *Cocina española e internacional*. Málaga: IC Editorial.

DRUCKER, Peter (2003). *Drucker esencial*. Barcelona: Edhasa.

ENGUITA MAYO, Nuria (2009). "Relatos. Del álbum de familia a Facebook". *Memorias y olvidos del archivo*. España: Lampreave.

FONTCUBERTA, Joan (1997). *El beso de Judas. Fotografía y Verdad*. Barcelona: Gustavo Gili.

FONTCUBERTA, Joan (2016). *La furia de las imágenes. Notas sobre la postfotografía*. Barcelona: Galaxia Gutenberg.

GIMENO, María del Carmen (2020). "El álbum fotográfico familiar. Reflexiones sobre la relación entre fotografía y memoria." *Artilugio Revista*, N.º 6, pp. 126-139.

HALLWBACHS, Maurice (1997): *Los marcos sociales de la memoria*. Buenos Aires: Siglo XXI.

JAMES, William (1890). *The principles of psychology*. Nueva York: Cambridge University Press.

LEONTIEV, Alexei (2013). *El hombre y la cultura*. Barcelona: Martínez Roca, S.A.

MARANDOLA JÚNIOR, E. (2012) "Sabor enquanto experiência geográfica: por uma geografia hedonista". *Geograficidades - Dossiê Sabores Geográficos*, vol. 2, N.º 1, pp. 42-52.

MARX, Karl (1962). *Manuscrito del 1844*. Ed. Sociales.

MEAD, George Herbert (2003) *La naturaleza de la experiencia estética*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.

MINTZ, S. W. (2001) "Comida e antropologia: uma breve revisão". *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, vol.16, N.º 47, pp. 31- 42.

MONTANARI, Massimo (2004). *La comida como cultura*. Gijón: Ediciones Trea.

MUXEL, Anne (2001). *L'expérience politique des jeunes*. París: Les Presses de Sciences Po.

NADALINI, A. P. (2008) "Alimentação e mitos nas religiões de matriz africana na Curitiba atual". In: XI Encontro Regional da Associação Nacional de História.

PEIRÓ, Alejandro (2023). *Carmen*. (sin publicar - sin editorial)

POLLAN, Michael (2008). *In Defense of Food: An Eater's Manifesto*. Londres: The Penguin Press.

POLO, Claudia; ROSCHER, Blasina (2021). *Mañanitas: desayunos y rituales*. España: Editorial Independiente.

RUIZ-VARGAS, José María (2023). *La memoria y la vida*. Barcelona: Penguin Random House Grupo Editorial.

SAID, Edward (1993). *Culture and imperialism*. Londres: Chatto and Windus.

SANZ, F. (2007). *La fotobiografía, imágenes e historias del pasado para vivir con plenitud en el presente*. Barcelona: Editorial Kairós

SONTAG, Susan (2003). Entrevista de Víctor Amela para *La Vanguardia* y *Clarín*.

SONTAG, Susan (2008). *Sobre la fotografía*. Barcelona: Penguin Random House Grupo Editorial.

TULVING, Endel; LEPAGE, M. (2000). *Where in the brain is the awareness of one's past? Memory, brain, and belief*. Cambridge: Harvard University Press.

VICENTE, P. (2018). "Políticas y propaganda del álbum de familia". *Álbum de familia y prácticas artísticas. Relecturas sobre la autobiografía, intimidad y archivo*. España: Gráficas Alós.

VIUDAS, Antonio (1982). *El lenguaje técnico de un recetario de cocina*. (sin publicar - sin editorial)

XUXELY, Frida (2017). "La comida como cultura". *Comunicación, cultura y formas de pensamiento*.

ZAMBRANO, María (1955). "Adsum". *Entregas de la Licorne*, N.º 5-6, pp. 71-80.

6.2 WEBGRAFÍA

ALTIERI, Ángelo (2001). "¿Qué es la cultura?" *La Lámpara de Diógenes*, vol.2, N.º 4, pp. 15-20. Recuperado de: <https://agcollege.edu.mx/literaturas/Qu%E9%20es%20la%20cultura.pdf> [Consultado el 6 de enero de 2024].

ÁLVAREZ, Paz (2023). "Los hermanos Roca: Vamos a desmontar El Celler de Can Roca". *El País Gastro*. Recuperado de <https://elpais.com/gastronomia/2023-03-29/hermanos-roca-vamos-a-desmontar-el-celler-de-can-roca.html#> [Consultado el 7 de marzo de 2024]

BAEZA, Cristóbal (2017). "Historia de los hermanos Roca: de bar de barrio a fábrica de sueños". BBVA. Recuperado de <https://www.bbva.com/es/celler-can-roca-bar-barrio-fabrica-suenos/> [Consultado el 7 de marzo de 2024]

BBVA y el Celler de Can Roca (2021). *Sembrando el futuro*. Recuperado de <https://youtu.be/kWw5eMuzhag?si=S-98B7NSyrvyYhT9> [Consultado el 7 de marzo de 2024]

BORTNOWSKA, Katarzyna; ALBERTON, Anete (2015). "Comida local y memoria gustativa". *Estudios y perspectivas en turismo*, vol. 24, N.º 3, pp. 736-754. Recuperado de <http://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v24n3/v24n3a16.pdf> [Consultado el 5 de marzo de 2024]

COMBALÍA, Pepe; VAL, José María (2023). *Joan, Josep, Jordi - El Celler de Can Roca - Documental*. Barcelona: Strawberry Films. Recuperado de <https://youtu.be/yp5EQhzkMPk?si=HAKUEfmeWLOtg8Ht> [Consultado el 7 de marzo de 2024]

DÍAZ MÉNDEZ, Cecilia (2013). "La alimentación en la sociedad española." *Investigación y Ciencia*, pp. 54 - 61. Recuperado de: https://fes-sociologia.com/uploads/public/Investigación%20y%20ciencia%20%202013_CECILIA.pdf . [Consultado el 11 de enero de 2024].

DUARTE, Mari Carmen (2023). "Este es el pueblo con más bares por habitante de España". *National Geographic*. Recuperado de: https://viajes.nationalgeographic.com/es/ubicacion-exacta/este-es-pueblo-mas-bares-por-habitante-espana_17459#:~:text=Aún%20as%C3%AD%2C%20España%20ostenta%20el,uno%20por%20cada%20175%20habitantes [Consultado el 13 de enero de 2023].

ESCUADERO, Mónica (2019). "Las rescatadoras de los recetarios familiares". *El País Gastro*. Recuperado de https://elpais.com/gastronomia/el-comidista/2019/09/05/articulo/1567676443_096479.html [Consultado el 19 de marzo de 2024]

GALLEGO, Emilio (2018). "El sector de la restauración en España". *Distribución y Consumo*, vol. 4, pp. 26 - 30. Recuperado de: https://www.mercasa.es/wp-content/uploads/2023/06/O3_El-sector-de-la-restauracion-en-Espana.pdf . [Consultado el 11 de enero de 2024].

GARCÍA, Nacho; SALINAS, Nieves (2023). "¿Cómo comemos los españoles? Solos, frente a una pantalla y con productos más baratos y de peor calidad." *El Periódico de España*. Recuperado de <https://www.epe.es/es/sanidad/20230301/alimentacion-espanoles-informe-83887427> [Consultado el 15 de febrero de 2024]

GARCÍA PEÑARANDA, Christopher Bernard (2011). "La gestión social del recuerdo y el olvido: Reflexiones sobre la transmisión de la memoria." *Aposta, Revista de Ciencias Sociales*, N.º 49, pp. 1-16. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/4959/495950245005.pdf> [Consultado el 28 de febrero de 2024]

GUERRA, José Luis (2009). "El sector de la restauración en España". *Distribución y Consumo*, pp. 32 - 39. Recuperado de: https://www.mapa.gob.es/ministerio/pags/biblioteca/revistas/pdf_DYC/DYC_2009_103_32_39.pdf . [Consultado el 11 de enero de 2024].

HERNÁNDEZ, Marisela (2007). "Deleites y sinsabores de la comida y el comer: situando el tema". *Atenea*, N.º 496, pp. 41-54. Recuperado de: <https://www.scielo.cl/pdf/atenea/n496/Atenea%20496.pdf#page=41>. [Consultado el 3 de enero de 2024].

HERNÁNDEZ, Marisela (2007). "En torno a un plato de comida: Aproximaciones al mundo de la comida y el comer". *Espacio Abierto*, vol. 16, N.º 2, pp. 243-260. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=12216204>. [Consultado el 3 de enero de 2024].

LAFUENTE, Antonio; GÓMEZ, David; FREIRE, Juan (2018). "El arte de documentar". *Ciudadanía digital y democracia participativa*. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, pp. 47-59. Recuperado de [https://dlwqxts1xzle7.cloudfront.net/53795464/12_documentacion_arte-libre.pdf?1499495787=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DEl_arte_de_documentar.pdf&Expires=1709234537&Signature=IYY6BwrBOWEDINmY2Qe5jEWByxfcQU071EQjzJAIRMUzwBX95Slinu2URKCgEVu8qh-SuyLwpaXFLEXR7q-mGjOgjpDdq2fENvte65FqtWuGYXffg8U53ehyRsZVUg57JziWmX8OdIMUOC4n~V\]AnKg56ZagKJ2kJKXRtITuiDUZbCEMU-5gi16PI31Vq~5LzHI PhIRyklSINm3MI8~3Giyz~uX3i3juyG8h3u1r96bJEcxv1pOYNxyZcSaYrW2qJ~SeqthVRdBhlixagLZ7v~cjKVnnnRkTcll8brFKAJgAKmvdcrB7CKaiVgKq8hZmQZoFgptLF9QB~qp1w_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA](https://dlwqxts1xzle7.cloudfront.net/53795464/12_documentacion_arte-libre.pdf?1499495787=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DEl_arte_de_documentar.pdf&Expires=1709234537&Signature=IYY6BwrBOWEDINmY2Qe5jEWByxfcQU071EQjzJAIRMUzwBX95Slinu2URKCgEVu8qh-SuyLwpaXFLEXR7q-mGjOgjpDdq2fENvte65FqtWuGYXffg8U53ehyRsZVUg57JziWmX8OdIMUOC4n~V]AnKg56ZagKJ2kJKXRtITuiDUZbCEMU-5gi16PI31Vq~5LzHI PhIRyklSINm3MI8~3Giyz~uX3i3juyG8h3u1r96bJEcxv1pOYNxyZcSaYrW2qJ~SeqthVRdBhlixagLZ7v~cjKVnnnRkTcll8brFKAJgAKmvdcrB7CKaiVgKq8hZmQZoFgptLF9QB~qp1w_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA) [Consultado el 29 de febrero de 2024]

MALDONADO, Lorena (2016). "La revista "Tapas" recibe el Premio Nacional de Gastronomía". *El Español*. Recuperado de https://www.lespanol.com/cultura/20160606/130487442_0.html. [Consultado el 17 de marzo de 2024]

MENDOZA TORRES, Johan Andrés (2020). "La comida colombiana: resguardo de nuestra memoria histórica." *Sol de Aquino*, vol. 18, pp. 32-37. Recuperado de <https://doi.org/10.15332/27448487.6718> [Consultado el 5 de marzo de 2024]

MILLET, Eva (2016). "Un país de bares". *La Vanguardia*. Recuperado de: <https://www.lavanguardia.com/magazine/experiencias/un-pais-bares.html> [Consultado el 13 de enero de 2024].

MORÁN, Iker (2019). "El proyecto que quiere salvar del olvido los recetarios de madres y abuelas". *La Vanguardia*. Recuperado de <https://www.lavanguardia.com/comer/al-dia/20190809/463941362279/los-recetarios-rescatar-recetarios-olvidados-mamma-festival-c.html> [Consultado el 19 de marzo de 2024]

NUNES DOS SANTOS, Cristine (2007). "Somos lo que comemos. Identidad cultural, hábitos alimenticios y turismo." *Estudios y perspectivas en turismo*, vol. 16, pp. 234-242. Recuperado de: <http://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v16n2/v16n2a06.pdf>. [Consultado el 11 de enero de 2024].

ORTEGA, Julia (2018). "El Celler de Can Roca: 30 años dedicados a la alta cocina". *BBVA*. Recuperado de <https://www.bbva.com/es/celler-can-roca-30-anos-dedicados-la-alta-cocina/> [Consultado el 7 de marzo de 2024]

PATO, Silvia (2022). "Qué es la memoria sensorial y cómo puedes mejorar la tuya." *Psicología y Mente*. Recuperado de [https://www.publico.es/psicologia-y-mente/que-es-la-memoria-sensorial-y-como-puedes-mejorar-la-tuya/#:~:text=Tipos%20de%20memoria%20sensorial&text=Teniendo%20en%20cuenta%20que%20la,como%20la%20gustativa%20y%20olfativa](https://www.publico.es/psicologia-y-mente/que-es-la-memoria-sensorial-y-como-puedes-mejorar-la-tuya/#:~:text=Tipos%20de%20memoria%20sensorial&text=Teniendo%20en%20cuenta%20que%20la,como%20la%20gustativa%20y%20olfativa.). [Consultado el 4 de marzo de 2024]

PIZZINO, Alexandria (2022). "La Cultura Familiar: Una exploración de herencia y memoria a través de comida". *Proyecto de Estudio Independiente*, Universidad de Bowdoin, Chile. Recuperado de https://digitalcollections.sit.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=4501&context=isp_collection [Consultado el 5 de marzo de 2024]

RENOBELL, Víctor (2005). "Hipervisualidad. La imagen fotográfica en la sociedad del conocimiento y de la comunicación digital." *UOC Papers: revista sobre la sociedad del conocimiento*, N.º 1, pp. 1-11. Recuperado de <http://www.uoc.edu/uocpapers/1/dt/esp/renobell.pdf> [Consultado el 28 de febrero de 2024]

SIMPLE LÓGICA (2021). *Estudio sobre la relación de los españoles con los bares* [en línea]. Recuperado de: <https://ambar.com/wp-content/uploads/2021/05/Informe-Bar.pdf> [Consultado el 13 de enero de 2024].

TÀPIES, Josep (2018). "¿Por qué cosas quieres ser recordado?" *IESE Business School*. Recuperado de <https://blog.iese.edu/empresafamiliar/2018/por-que-quieres-ser-recordado/> [Consultado el 28 de febrero de 2024]

6.3 RECURSOS WEB

ADS OF THE WORLD - <https://www.adsoftheworld.com/campaigns/homemade-is-best> [Consultado el 18 de marzo de 2024]

ÁMBAR (2021) - <https://ambar.com/todolobuenoacabaenbar/> [Consultado el 13 de enero de 2024].

APICIUS, Instagram - https://www.instagram.com/apicius_me?igsh=MmYxbnNxNnowaGo4 [Consultado el 18 de marzo de 2024]

APICIUS, Librería Gastronómica - <https://www.libreriagastronomica.com/apicius> [Consultado el 18 de marzo de 2024]

BEST CHEFS AWARDS (2023) - <https://thebestchefawards.com/top100-the-best-chef-2023/> [Consultado el 11 de enero de 2024].

CARGO COLLECTIVE - <https://cargocollective.com/moe-takemura/The-Foreign-Japanese-Kitchen> [Consultado el 18 de marzo de 2024]

CHICHA PROYECTOS: <https://www.chichaproyectos.org/tapas-magazine/> [Consultado el 17 de marzo de 2024]

CLUB DE GOURMETS: https://www.gourmets.net/club-vinos-gourmets/publicaciones?product_id=202#:~:text=La%20revista%20decana%20de%20la,durante%20los%20últimos%2048%20años. [Consultado el 17 de marzo de 2024]

COMMEMEMUCHO: <https://commememuchocom/2018/09/19/el-sandwich-book-libro-comida-y-arte/> [Consultado el 17 de marzo de 2024]

COOK AND CHEF INSTITUTE: <https://www.cookandchefinstitute.com/es/actualidad/entrevista-con-claudia-polo-soul-kitchen> [Consultado el 17 de marzo de 2024]

CULTURA FOTOGRÁFICA: <https://culturafotografica.es/tapas-magazine/> [Consultado el 17 de marzo de 2024]

CRONOLOGÍA, EL CELLER DE CAN ROCA - <https://cellercanroca.com/los-hermanos-roca/roca-timeline/> [Consultado el 7 de marzo de 2024]

ESTUDIO LEZZE (2023) - https://www.instagram.com/reel/CqLG8tyl-pe/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFiZA== [Consultado el 7 de enero de 2024].

GOOGLE ARTS & CULTURE: <https://artsandculture.google.com/story/WwVhlsBLgxu9KA?hl=es> [Consultado el 19 de marzo de 2024]

HAMBRE MAGAZINE: <https://hambremagazine.com> [Consultado el 17 de marzo de 2024]

NORDIC VISITOR: <https://www.nordicvisitor.com/blog/nordic-eats-the-swedish-art-of-fika/#:~:text=The%20word%20ofika%20is%20pronounced,something%20sweet%20on%20the%20side.> [Consultado el 18 de marzo de 2024]

PAPILA - <https://www.papila.es/project/quienes-somos/> [Consultado el 18 de marzo de 2024]

PILAF STUDIOS: <https://www.pilafestudio.com/disenio-editorial-revista-tapas/> [Consultado el 17 de marzo de 2024]

SOFTEDGE STUDIO: <https://softedge.studio/products/recipe-cards?variant=41336833867821> [Consultado el 18 de marzo de 2024]

SO GOOD MAGAZINE - <https://www.sogoodmagazine.com/about/> [Consultado el 18 de marzo de 2024]

TABLETIMES: <https://tabletimes.es/editorial> [Consultado el 19 de marzo de 2024]

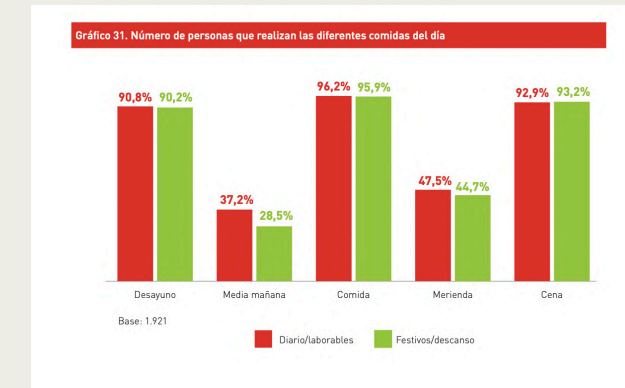
TAPAS MAGAZINE: <https://www.tapasmagazine.es/staff/> [Consultado el 17 de marzo de 2024]

THE IN VITRO MEAT COOKBOOK: <https://nextnature.net/shop/products/the-in-vitro-meat-cookbook> [Consultado el 18 de marzo de 2024]

VOGUE SPAIN: <https://www.vogue.es/articulos/claudia-polo-soulinthe-kitchen-recetas-cocina-consciente> [Consultado el 17 de marzo de 2024]

7.1 ANEXO 1. GRÁFICOS SOBRE LOS HÁBITOS GASTRONÓMICOS DE LOS ESPAÑOLES

¿Cuándo se come?

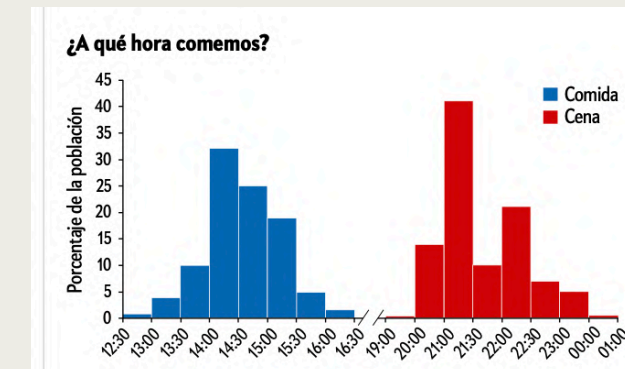


[fig. 1] Número de personas que realizan las diferentes comidas del día. Instituto universitario de alimentación y sociedad CEU, Fundación MAPFRE (2022)

DESAYUNO (MIN)		MEDIA MAÑANA (MIN)		COMIDA (MIN)		MERIENDA (MIN)		CENA (MIN)	
DIARIO / LABO- RABLES	FESTIVO / DES- CANSO	DIARIO / LABO- RABLES	FESTIVO / DES- CANSO	DIARIO / LABO- RABLES	FESTIVO / DES- CANSO	DIARIO / LABO- RABLES	FESTIVO / DES- CANSO	DIARIO / LABO- RABLES	FESTIVO / DES- CANSO
17,3	21,7	14,3	16,0	37,2	43,7	13,8	16,7	30,2	34,7

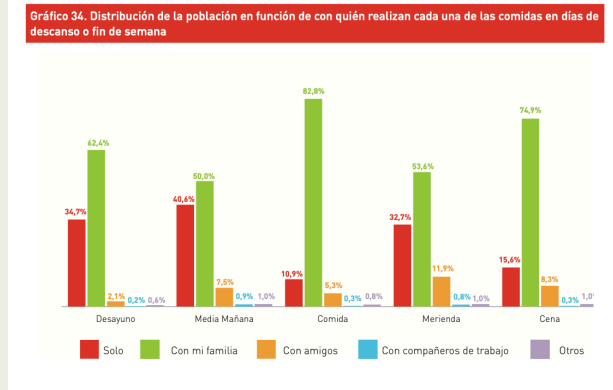
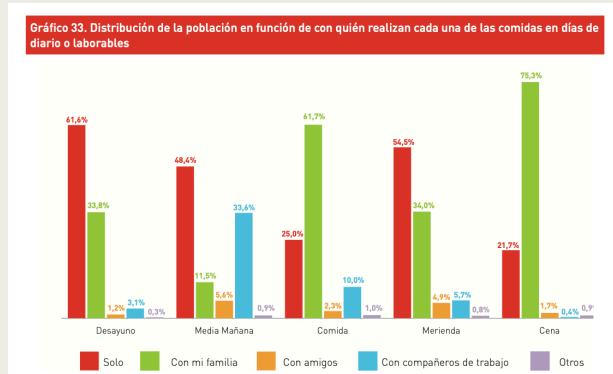
Nota: el tiempo promedio se ha calculado entre quienes hacen cada comida

[fig. 3] Tiempo medio dedicado a cada una de las comidas del día. Instituto universitario de alimentación y sociedad CEU, Fundación MAPFRE (2022)



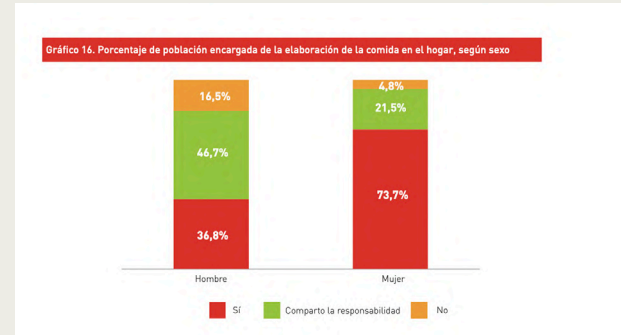
[fig. 2] ¿A qué hora comemos? Encuesta sobre hábitos alimentarios realizada en 2012 por el grupo de investigación en sociología de la alimentación de la Universidad de Oviedo.

¿Con quién se come?

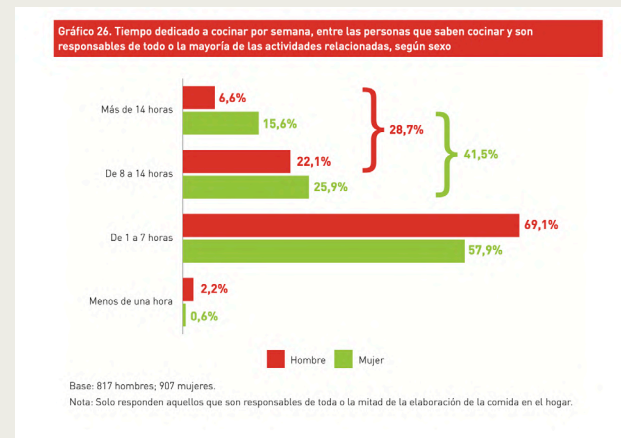


[fig. 4] Distribución de la población en función de con quién realiza cada una de las comidas (Arriba: en días de diario o laborables - Abajo: en días de descanso o fin de semana). Instituto universitario de alimentación y sociedad CEU, Fundación MAPFRE (2022).

¿Quién cocina?

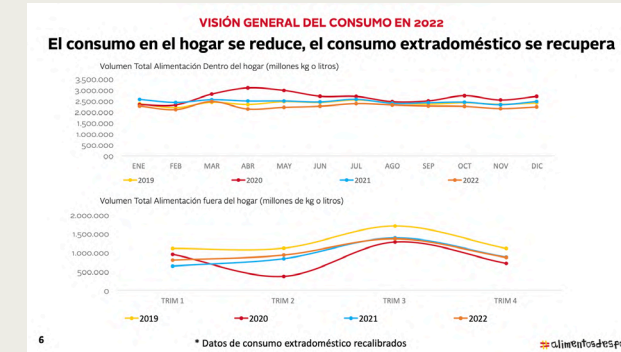


[fig. 5] Porcentaje de población encargada de la elaboración de la comida en el hogar, según sexo. Instituto universitario de alimentación y sociedad CEU, Fundación MAPFRE (2022).

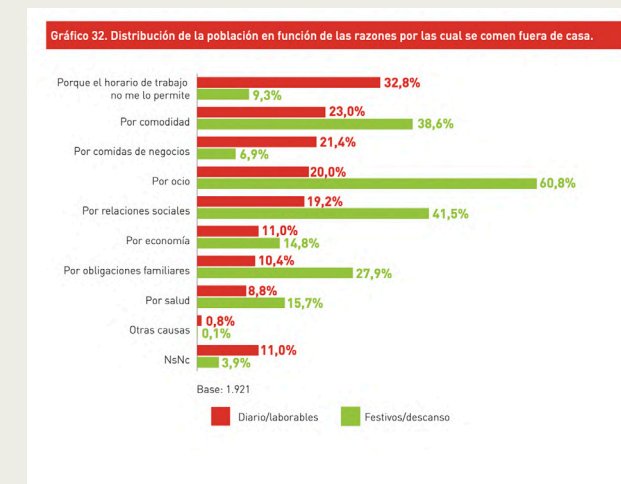


[fig. 6] Tiempo dedicado a cocinar por semana, entre las personas que saben cocinar y son responsables de todo o la mayoría de las actividades relacionadas, según sexo. Instituto universitario de alimentación y sociedad CEU, Fundación MAPFRE (2022).

¿Dónde se come?



[fig. 7] Visión general del consumo alimentario en 2022. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, Gobierno de España. Informe del consumo alimentario en España en 2022.

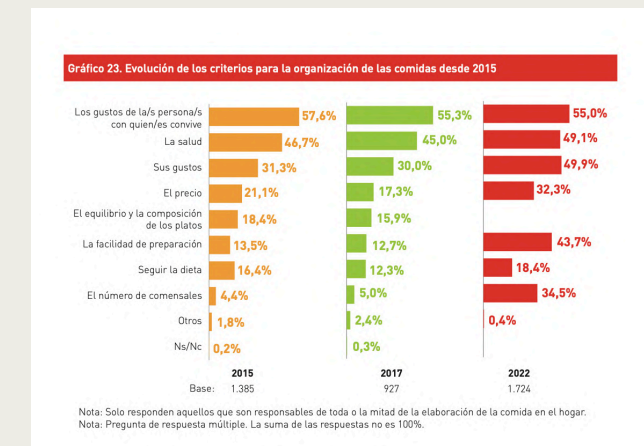


[fig. 8] Distribución de la población en función de las razones por las cuales se come fuera de casa. Instituto universitario de alimentación y sociedad CEU, Fundación MAPFRE (2022).

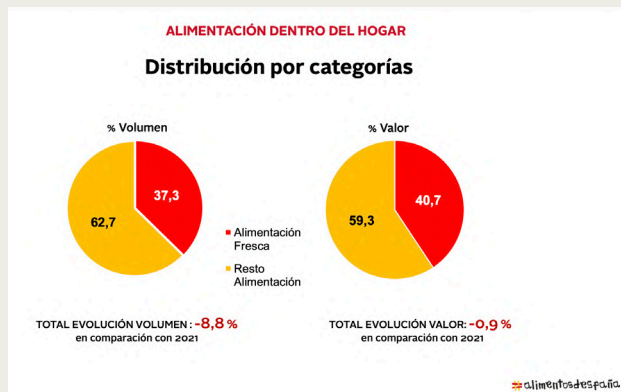
¿Qué se tiene en cuenta al comer y al cocinar?



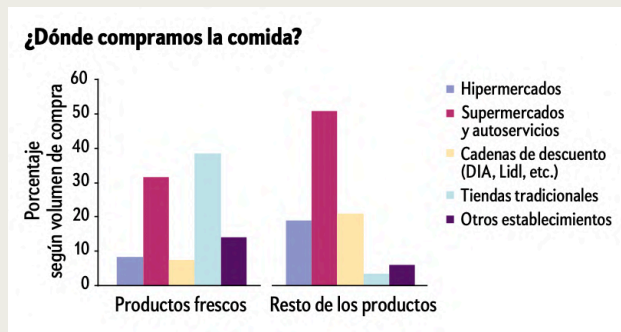
[fig. 9] ¿Qué factores tenemos en cuenta a la hora de cocinar? Encuesta sobre hábitos alimentarios realizada en 2012 por el grupo de investigación en sociología de la alimentación de la Universidad de Oviedo.



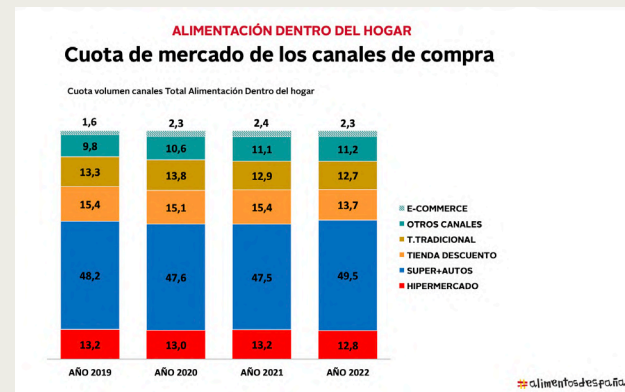
[fig. 10] Evolución de los criterios para la organización de las comidas desde 2015. Instituto universitario de alimentación y sociedad CEU, Fundación MAPFRE (2022).



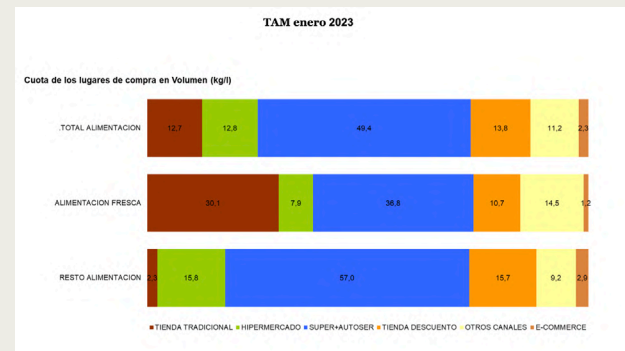
[fig. 11] Alimentación dentro del hogar. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, Gobierno de España. Informe del consumo alimentario en España en 2022.



[fig. 12] ¿Dónde compramos la comida? Encuesta realizada por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente en 2012.



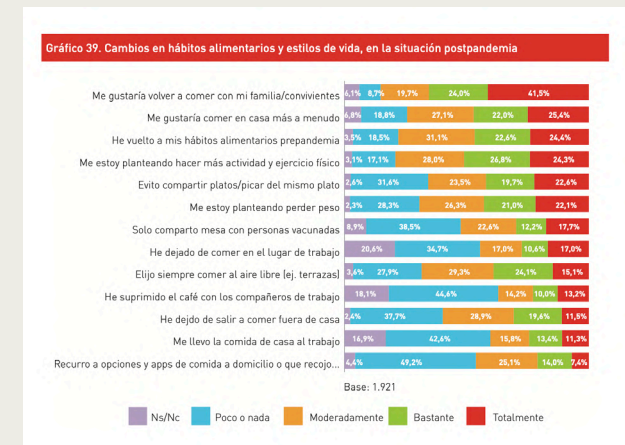
[fig. 13] Cuota de mercado de los canales de compra. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, Gobierno de España. Informe del consumo alimentario en España en 2022.



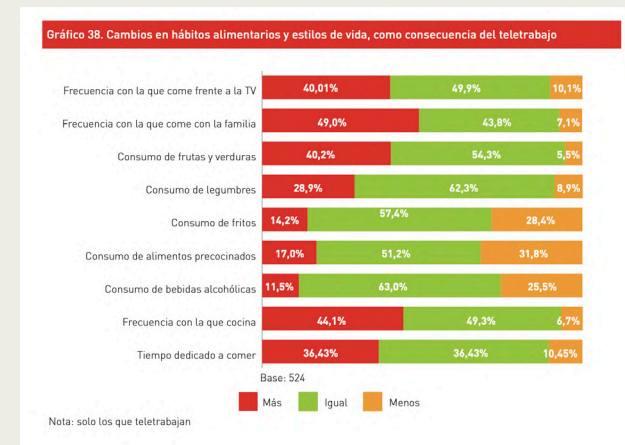
[fig. 14] Cuota de los lugares de compra en volumen. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, Gobierno de España. Boletín mensual de estadística, enero de 2024.



[fig. 15] Modos de preparación empleados en comidas y cenas. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, Gobierno de España. Informe del consumo alimentario en España en 2022.



[fig. 17] Cambios en hábitos alimentarios y estilos de vida, en la situación postpandemia. Instituto universitario de alimentación y sociedad CEU, Fundación MAPFRE (2022).



[fig. 16] Cambios en hábitos alimentarios y estilos de vida, como consecuencia del teletrabajo. Instituto universitario de alimentación y sociedad CEU, Fundación MAPFRE (2022).

7.2 ANEXO 2. INTERACCIÓN SOBRE UNA FUTURA COLABORACIÓN CON TABLETIMES

Encontrado en el buzón Enviado - Google

Jimena Sierra García 4 de abril de 2024, 13:03
Propuesta libro
Para: editorial@tabletmes.es

Buenos días equipo de Tabletmes,

Antes de nada, me gustaría presentarme. Me llamo Jimena Sierra, vivo en Madrid y estoy terminando mis estudios universitarios en Bellas Artes y Diseño. Actualmente, estoy realizando mis dos trabajos de fin de grado, y creo que uno de ellos podría interesaros, pues comparte todos y cada uno de vuestros valores.

Me estoy refiriendo a mi trabajo final para el grado de Diseño, al cual he titulado "Abril del 67". Se trata de un proyecto editorial que explora las dimensiones artísticas, comunicativas y emocionales de la comida, empleándola como lenguaje a través del que contar historias. Este se concreta en un álbum familiar autobiográfico cuyo hilo conductor son las recetas que los miembros de mi familia han compartido durante años alrededor de una mesa. La dirección de arte, ilustración y fotografía son fundamentales para alcanzar los objetivos del proyecto, que van desde potenciar el valor de la cultura social-gastronómica española, hasta reclamar la necesidad de preservar los recuerdos para crear un legado propio.

Cuando estaba investigando para desarrollar este mismo libro, me topé con vosotros y vuestra historia gracias a "¿Y qué comemos mañana?", que no dudé en comprar e incluir dentro de las referencias para este proyecto. Me sentí muy identificada con vuestro mensaje y vuestra historia, y me encantó ver que hay personas que comparten mi misma manera de concebir la comida y están dispuestas a dedicarse a ello. Por eso mismo, creo que mi propuesta podría enriquecer vuestra estantería a la vez que darle una dimensión mucho más real a mi libro... creo que podría ser una colaboración muy interesante y beneficiosa para ambos.

Como yo ya conozco vuestra historia, entiendo que sería justo que vosotros conocierais brevemente la mía, la que ha motivado el nacimiento de "Abril del 67". A continuación, una pequeña introducción:

"Mis padres nacieron en abril del 67, de ahí el título de este proyecto y el comienzo de la historia que cuentan sus páginas.

Decido hacer un libro dedicado a mi familia cuando me doy cuenta de que vivo con miedo al olvido. Me da miedo que las personas a las que quiero se olviden de mí, pero sobre todo temo olvidarme yo de cosas que pensé que siempre recordaría.

Soy una persona tremendamente melancólica, y me guste o no, he aceptado que no puedo luchar contra mi mente cuando pierde horas volviendo al pasado en busca de recuerdos, momentos, personas, sensaciones... No puedo evitar idealizarlas y anhelarlas; así que, en lugar de luchar contra ello, he decidido ensalzarlas.

Abril del 67 es un homenaje a los momentos vividos, a las sobremesas compartidas, a nuestra cultura española y, por encima de todo, al amor silencioso que en mi casa me han dado de comer todos los días de mi vida.

Espero que este libro sea un digno legado de todo lo que no quiero olvidar."

Creo fielmente que "Abril del 67" encaja perfectamente con la esencia de Tabletmes, y nada me gustaría más que poder hablar con vosotros para seguir explorando esta idea y que conozcáis mi proyecto más a fondo.

Espero vuestra respuesta y quedo a vuestra más entera disposición!
Esta es mi dirección de correo electrónico y mi número de teléfono es +34 687055376

Muchas gracias!
Jimena :)

Tabletimes 8 de abril de 2024, 13:06
Re: Propuesta libro
Para: Jimena Sierra García

Hola Jimena,

Muchas gracias por escribirnos :) Qué gusto conocerte y saber sobre tu proyecto.

Nos gustaría conocer más, saber en qué etapa se encuentra, si tienes un manuscrito o material fotográfico que podamos ver. Si estás trabajando en ello también podemos hablar más adelante, cuando empiece a tomar forma. La premisa suena muy bien, qué alegría saber que *¿Y qué comemos mañana?* ha servido como referencia.


¡Estamos en contacto!

Un abrazo
Isabel

[Ver más de Jimena Sierra García](#)

--
tabletmes

Encontrado en el buzón Enviado - Google

 **Jimena Sierra García**
Re: Propuesta libro
Para: Tabletímes

9 de abril de 2024, 12:07

Hola Isabel,

¡Qué ilusión recibir vuestra respuesta!

Te cuento un poco más sobre la propuesta y cómo se encuentra. Como te comenté en el correo anterior, es un proyecto que estoy desarrollando para mi trabajo de fin de grado, y que por tanto debo entregar y presentar en la universidad en unos plazos. La entrega final es el 7 de mayo, por lo que el libro, en un principio y si no hay ningún problema, estará terminado en menos de un mes.

La idea es que sea un libro muy visual, donde la fotografía y la ilustración sean claves para contar la historia de manera amena y divertida. Actualmente, tengo todas las fotografías e ilustraciones principales realizadas, así como las recetas redactadas. Estoy en proceso de pulir detalles de estas así como de seleccionar y editar las fotografías. Voy a empezar estos días a maquetarlo todo y definir el estilo gráfico de la propuesta, de manera que tome forma como libro. Os envío adjunto un pequeño pdf con algunas de las fotografías e ilustraciones (una muestra representativa) para que os lo podáis ir imaginando! (No me atrevo a decir que sean definitivas en lo que a detalles y edición respecta, están abiertas a cambios pero creo que bastante encaminadas)


Estaré encantada de recibir vuestra opinión, iros enviando avances y de tener una reunión con vosotros si así me lo pedís :)



abridel67_prop
uesta_j...na.pdf

Un abrazo,
Jimena

[Ver más de Tabletímes](#)

 **Tabletímes**
Re: Propuesta libro
Para: Jimena Sierra García

15 de abril de 2024, 12:27

Hola Jimena,

Gracias por la espera y por compartir la propuesta de tu proyecto. Vemos que ya lo tienes muy avanzado y con una dirección definida, los ingredientes tienen buena pinta.

Bajo nuestro punto de vista el propósito de preservar los recuerdos para crear un legado familiar es donde está la mayor riqueza del proyecto —más allá de potenciar la gastronomía española o los productos regionales—, lo que lo hace único es estar compartiendo algo tan personal e íntimo pero que a la vez puede hacer a muchas personas sentirse identificadas. Ya que las recetas son el hilo conductor, serían una buena oportunidad para reflejar la personalidad de tus familiares y sus particularidades, sería genial poder captar en ellas su "sazón". Aunque hay muchas ensaladillas rusas, ninguna es igual, ¿qué identifica a la de tu familia? Puede ser el emplatado, una costumbre, un ingrediente particular, un gesto.

Como de gastronomía española hay muchísimo contenido, la clave está en que cada doble página se sienta que es un reflejo de tu mirada, para no llevarlo al plano general. En la "rareza" está la riqueza. Las fotografías de estudio con fondo oscuro añaden un dramatismo a los recuerdos que será interesante ver cómo se complementan con la calidez de la fotografía analógica y con las ilustraciones tan bellas que has creado.

Como ya estás prácticamente en la recta final, si quieres podríamos volver a hablar cuando lo tengas listo :) Por otra parte, a nivel de calendario editorial, este año lo tenemos prácticamente cerrado porque estaremos unos meses trabajando en México y volveremos hacia noviembre, pero nos encantaría ver cómo toma forma tu proyecto por si en el futuro puede surgir una colaboración.

Esperamos que sobre todo estés disfrutando el proceso de trabajar en ello, ¡es lo más especial!

Un abrazo,
Isabel y Andrés

[Ver más de Jimena Sierra García](#)

--
tabletímes

7.2 ANEXO 3. LINK PARA DESCARGAR EL LIBRO COMPLETO "ABRIL DEL 67"

LINK DE DESCARGA:

<https://drive.google.com/file/d/1w2O2TpiFqOF4lvJ445jRa6bvfYBpSqcP/view?usp=sharing>

LINK PARA DESCARGAR EL LIBRO COMPRIMIDO:

https://drive.google.com/file/d/1kXCvC9Atx1tHoPsZk9TJwA7RL2uCjJR_/view?usp=sharing

ABRIL DEL 67