

Diseño de packaging Migaya Artesano, 'Chocolate a la taza'

escrito por Marta Viera | 21 de diciembre de 2023





El mes pasado leía en la prensa una entrevista a Víctor Manuel donde se refería a ‘la renovación del repertorio que está en la memoria de varias generaciones’ como la próxima misión al terminar su última gira, y me dije yo para mis adentros en un acto de fe en la certeza de lo allí escrito... Mira que bien, propósitos de año nuevo similares a los de Migaya y Alejandro Montes, pero cada uno en su género.

Idea

Otra de las creaciones de Migaya que fusiona la tradición con la actualidad a *vestir* para transmitir la personalidad, aportar la información sobre composición, modo de preparación y condiciones de conservación sería su nuevo ‘Chocolate a la taza’.

Es una elaboración muy especial, presentado en dos texturas con las cantidades exactas de cada una para que una chocolatada de seis tazas reproduzca exactamente la receta original del chef. Un ‘todo al cazo’ con la una grata y estimulante responsabilidad a la hora de probar nuevas elaboraciones, la de elegir el tipo de leche o bebida vegetal que añadirle.

Briefing

Después del arduo proceso de seleccionar por Laura y Rubén de Migaya el tarro de vidrio ideal que contendría la preparación y de revisar la relevancia adquirida por un alimento como el chocolate y sus porqués, diseñaríamos las etiquetas oportunas que permitirían trasladar la importancia que desde hace cinco siglos viene cobrando el chocolate en España, a través sus diferentes usos y aplicaciones en todas las generaciones. La gracia estaba en potenciar la nueva receta y su presentación.



Ilustración

La propuesta del estudio de hacer la planta de cacao protagonista, poniendo el tarro de largo con una etiqueta contrastada fue bien acogida. Además un troquel circular precisamente colocado perforaría el 'LATE', a la vez que funcionaría como ventana para mostrar la elaboración en esas dos texturas. Chocolate en polvo y pepitas de chocolate se distribuyen en dos capas con un porcentaje muy alto de cacao, el perfecto para conseguir el sabor de antaño buscado y una espesura a voluntad en la preparación del chocolate.



Tipografía

La tipografía de todo el texto del packaging es una Garamond. Una romana antigua (calificada así porque se fue diseñada al estilo de las letras talladas sobre piedra de la época romana) y creada de forma coincidente con el momento en que los monjes cistercienses -pioneros elaboradores del chocolate a la taza en Europa- empezaban a cocinarlo. También elegida favorita por los escritores de novelas clásicas al considerar que aportaba a sus obras un toque de seriedad y limpieza.

Desde el siglo XVI hasta la actualidad, el cacao se sirve con una considerable variedad de formas. Desde las antiguas cocas a los chocolates más populares a nivel nacional en la actualidad, el chocolate se sirve con un gran protagonismo.

El chocolate adquirió en el momento de Pedro de Zaragoza una gran relevancia y fama, desde se elaboró la receta original y desde donde posteriormente continuará su expansión al resto de Europa siendo degustado por los paladares más exigentes. Tal es la relevancia, del origen que incluso se preserve en regiones españolas como Talavera de la Reina y el chocolate especial.

Pocos pueden resistirse a saborear una tarta de chocolate, desde niños a adultos pasando por diferentes generaciones, es una de las recetas mejor guardadas.

Queremos recuperar una receta tradicional con el chocolate natural, mezclando con la preciosa masa de ingredientes de como tradicionalmente se hace que se trasladará a los sabores de la receta con una perfecta para servir a la familia o degustar sabores tradicionales. Los días que desparece o matanda será en momentos especiales.

*Chocolate de la tradición
a la tradición*

231123
231124

Acabados

Hemos seleccionado varios procesos de acabado para enriquecer el diseño del packaging de los productos de Migaya. A diferencia de la **caja de 'Rocas barquilleras'** a la que añadimos un stamping dorado, si cierras los ojos y pasas los dedos por encima de las letras de CHOCOLATE A LA TAZA y por el logo frontal de Migaya, puedes *leerlo en braille*. El braille es un acabado que aquí favorece la percepción de las letras y las resalta de forma considerable sobre el fondo de la etiqueta. Comentábamos cómo incorporado el diseño a la originalidad y calidad de la elaboración se ha convertido en un postre atractivo y asequible para compartir que se presta a ser un detalle nutritivo.



Etiquetas

Por las preferencias o hábitos actuales ofrece la posibilidad de elegir entre leche o bebida vegetal con la que se quiere consumir, y lo hace en su etiqueta de preparación, junto con el resto de instrucciones: la aplicación de calor y el batido hasta eliminar los grumos, si es que los hubiera. Luego la etiqueta-precinto asegurará que el tarro no se haya abierto desde su salida del obrador de Gijón donde el chocolate se envasa manualmente, tarro a tarro.

Ceremonia del cacao

Porque más allá de lo estético y funcional del tarro para su conservación la importancia del cacao subyace en su carácter de superalimento. Contiene nutrientes y bioactivos y es por ello por lo que también se utiliza con carácter ceremonial, sobre todo en los países de cultivo y procedencia.

¿Qué más quieres, además de que estimule el sistema nervioso central y los músculos cardíacos? ¿Qué más que con sus polifenoles, flavonoides antioxidantes reduzca las inflamaciones, baje la presión arterial, mejore el colesterol y el azúcar en sangre? Qué sea artesano y con el sabor de antaño.



Reutilizable

En cuanto a las benevolencias medioambientales, seguro que l@s agricultor@s de los países productores de cacao agradecerían este packaging de vidrio reutilizable y reciclable como aportación para reducir **el detrimento de las cosechas**, que están menguando a causa de unos efectos climáticos preocupantes -sequía en algunos países, lluvias inusualmente abundantes en otros- que producen una merma y muchas veces desaparición de los cultivos y el incremento del precio. Exactamente igual que muchos otros alimentos a nivel global y sin tener que cambiar de continente, ni de país. Véanse por ejemplo los **datos del ciclo hidrológico en Asturias** y su efecto en las **cosechas de toda la vida** o **la temperatura del mar**

Lo mismo en el lapso de no mucho tiempo habrá que leer en las cartas de los restaurantes 'Hoy *papayada*' o relatarán al tomar la comanda '*Chirimoyada* de primero', cosa que supondría un problema para digerir correctamente el compangu, si lo llevara... O quizás no, depende del estómago. A lo mejor ganábamos en la solución del efecto invernadero por la disminución del metano. Vaya usted a saber.

Pero volviendo a los temas tradicionales, chocolatadas y acebos, que sí, que parece que todavía quedan. Oye Victor. Entonces, ¿Va en serio lo de una revisión afrobeat de tus temas más estacionales?

Meca...

Gracias por pasar.

#lapilaposts

Proyecto: Diseño de packaging del 'Chocolate a la taza' de MIGAYA Artesano.
www.migaya.es

Imagen de portada, @saracorte_fotografia



**Este post se ha creado bajo la licencia Creative Commons:
Reconocimiento - No Comercial - Sin Obra Derivada
Puedes compartirlo como quieras también a través del PDF,
siempre y cuando aparezca el nombre de la autora y se mantenga
el contenido exactamente como figura. Gracias.
[Acceso al resumen de la licencia](#) | [Acceso al código legal](#)
[Razón aquí.](#)**





Por favor, deja este campo vacío

Un dato para poder enviarte NVDVS 3 g

Correo electrónico *

He leído y entiendo la política de privacidad y acepto recibir comunicaciones de La Pila estudio con la práctica de NVDVS PROIECTVM

[ACCESO a NVDVS eBook](#)

En NINGÚN CASO se compartirá con terceros. Consulta la política de privacidad.

