



PRESENTACIÓ DEL PROJECTE – Eix: La cultura És Menjar!

Cada mes un mos – Capital de la Cultura Catalana

En el marc de l'any de la Capital de la Cultura Catalana 2021, Tortosa durà a terme el cicle: Cada Mes Un Mos. La iniciativa té com a objectiu potenciar el coneixement i destacar la qualitat dels productes gastronòmics més representatius del municipi, dins de les activitats que conformen la Capital de la Cultura Catalana Tortosa 2021.

En la mirada transversal que volem dotar aquest any dedicat a la cultura, volem posar en valor tot allò que té a veure en l'acció de menjar, transformar, cuinar, els productes, la gastronomia i també l'acció d'alimentar-nos, tot allò que és cultura i generador de cultura.

La proposta sorgida del grup de treball La Cultura és menjar, (format per membres de l'assoc. Plat i got, l'Escola d'Hoteleria, programa Lo Rustifaci, venedors del mercat, productors alimentaris i alguna persona experta d'àmbit teòric) comporta la dinamització i difusió d'un producte durant un més. Aquesta acció s'inicia cada més amb l'enregistrament d'un breu document audiovisual on els representants o algú en una relació estreta amb el producte, mitjançant un guió comú, respon preguntes sobre el producte i/o explica la relació que hi té. El lloc d'enregistrament és la parada del Mercat per prendre així una continuïtat a la vegada de posar al Mercat com un dels espais emblemàtics de la nostra relació amb el menjar. Aquest document audiovisual es publica per les xarxes socials amb l'objectiu de promocionar el producte i també per promoure que tant les persones professionals com la ciutadania en general enregistri un breu vídeo que publiqui a les xarxes socials amb el hashtag #CulturaÉsMenjar.

L'objectiu és promoure el producte però també la relació i el perquè és cultura, en tant és un producte que compartim entre tots i que ens defineix.

En aquest context s'han decidit des del grup de treball els productes que podien representar cada mes. Els primers mesos es parla de l'oli d'oliva, en relació amb la Fira de l'Oli de Jesús, al març

l'abadejo, abril la xocolata, maig la Sopa de la Reina, juny els productes de l'horta i juliol la cuina relacionada amb la Festa del Renaixement.

L'esquema de l'entrevista i contingut s'estructura de la següent manera. :

Cas de l'abadejo:

ABADEJO

PRODUCTE:

Com era i com és. Característiques del producte – canvis . Singularitat perquè està present en la nostra cultura.

GASTRONOMIA:

Com el cuinem, algun plat identitari. Diferents plats relacionats amb el producte

REPERCUSSIÓ SOCIAL – FET IDENTITARI I CULTURAL.

Per què la relació amb la població i el fet social. (com és menjava i com i amb qui mengem).
Experiències quotidianes de consum. La memòria del Menjar

L'objectiu és dinamitzar el producte i al a vegada tot allò que en té relació, des del sector de l'hostaleria com de la venda i a la vegada la identificació amb el producte i recuperació de la memòria gastronòmica col·lectiva.