

# **LA ZARAGOZANA COMO EJEMPLO DE RECUPERACIÓN INTEGRAL. DEL EDIFICIO A LA FABRICACIÓN DE LA CERVEZA**

ANTONIO FUMANAL

*Maestro Cervecerero de La Zaragozana*

Alrededor de 1995, La Zaragozana decide reforzar su presencia en el mercado remarcando su histórica cultura empresarial y cervecera. La fuerte competencia de las marcas multinacionales, empeñadas por aquel entonces en su proceso de globalización, estimula nuevas maneras de comunicarse con el consumidor.

El mercado impulsado por las multinacionales parecía dirigido a cervezas homogéneas sin identidad de origen. Por el contrario, durante siglos, la geografía había dificultado el intercambio de ideas (y de sabores) pero había fomentado una adaptación al medio enriqueciendo el patrimonio de aromas, de cocciones, de placeres, de cervezas. La Zaragozana seguía pegada al lugar que la vio nacer.

Lo que ya no tenía vuelta atrás era la necesidad de invertir en comunicación. De una manera u otra había que hacer saber que la cerveza elaborada por La Zaragozana mantenía con orgullo valores unidos al territorio y la tradición.

El proyecto se estructuró en dos áreas:

1. Arquitectónica: rehabilitar las estancias de producción manteniéndolas en condiciones operativas sin desvirtuar su concepción original. Un museo vivo para guiar al visitante mediante experiencias directas del proceso cervecero.
2. Producto: ampliar la gama con una cerveza que retomara tradiciones olvidadas a la vez que proyectara imagen de la compañía hacia el futuro.

## 1. LA ARQUITECTURA

Los objetivos de aquel ambicioso proyecto se escribieron como sigue:

- Dotar a la ciudad de Zaragoza y a la Comunidad Autónoma de Aragón con una nueva actividad turístico-cultural.
- Recuperar y dar a conocer el patrimonio arquitectónico y la ingeniería industrial de principios del siglo XX.
- Crear un espacio lúdico y de reunión para diferentes grupos sociales que contribuya a desarrollar la identidad urbana de Zaragoza.
- Contribuir a la proyección exterior de Zaragoza como entorno empresarial idóneo y novedoso.
- Dar un servicio a ciertos grupos profesionales (estudiantes universitarios, hosteleros, profesionales de la alimentación....) dotando a la visita de un interés formativo intrínseco.

La Zaragozana se presenta como un museo vivo y diferente. Resume más de cien años de existencia en un recorrido a una fábrica en plena actividad donde están presentes la historia, el patrimonio arquitectónico, la ingeniería industrial de principios del siglo XX y la manera tradicional de hacer cerveza.

Los aromas a cosecha, a pan tostado, a lagar en fermentación guían al visitante mientras explican cómo el grano de cebada se transforma en la exquisita cerveza de nuestra tierra. Todo está pensado para que quien visita esta fábrica centenaria comprenda el proceso completo de elaboración de la cerveza, desde el malteado de la cebada al envasado. Una visita que cuenta con la singularidad de la plena actividad fabril, donde todavía puede verse trabajar a la maquinaria original de madera en estancias rehabilitadas de principios de siglo.

Las salas históricas de 1900 y la elaboración en las mismas son únicas en España. La maltería, la sala de braceado o el sistema de fermentación en tinos abiertos mantienen los lugares y procedimientos centenarios. La historia del envasado y etiquetado del siglo XX, a través de los diferentes productos de La Zaragozana, pueden contemplarse en el *Espacio Ambar* concebido como lugar de encuentro donde colectivos y asociaciones ciudadanas realizan presentaciones públicas de sus actividades culturales.

La exposición *Un siglo de Cerveza* ocupa la antigua botellería de fábrica en una superficie de 450 m<sup>2</sup>. La muestra, partiendo de la historia general de la cerveza desde sus orígenes más remotos hasta nuestros días, se adentra en la realidad fabril del siglo XX y de La Zaragozana. Dentro de la exposición destaca un “bos-

que escultórico” formado por máquinas restauradas, representativas de todo el proceso de elaboración de la cerveza en diferentes épocas.

### Los comienzos de la Empresa

La Zaragozana constituye el mejor exponente vivo de ese conjunto de empresas de principios del siglo XX que abanderaron el cambio de la Zaragoza rural a la Zaragoza industrial.

Zaragoza, con 100.000 habitantes en 1900, cambia su imagen a lo largo de las primeras décadas del siglo XX convirtiéndose en una ciudad moderna. Se levantan edificios emblemáticos como el Matadero y el Mercado Central y se abren nuevas vías urbanas como el Paseo de Sagasta, salpicado de pequeños hotelitos modernistas. En 1908 se organiza una gran exposición, la Hispano-Francesa, con motivo del Centenario de los Sitios, proyectando internacionalmente a la ciudad.

Un grupo de amigos influyentes de Aragón, amantes de la cerveza, deciden en 1898 iniciar el proceso de gestación de La Zaragozana que definitivamente se funda el 10 de julio de 1900. Organizaron no sólo el músculo financiero sino la



*La Maltería años 40*



*La Maltería año 2002*

búsqueda del conocimiento necesario para ponerla en marcha. Ante la falta de técnicos locales, contrataron al primer maestro cervecero Carl Schlaffer, un cervecero alemán formado en la universidad de Múnich. El general Mayandía diseñó las estancias siguiendo los modelos traídos de su expedición investigadora por países centroeuropeos.

Máquinas aventadoras para limpiar el grano, rechinadoras para separar las piedras, transportadores casi-automáticos que hacían de la maltería un paraíso tecnológico de madera. Era un tiempo en que la cebada se segaba a mano con la ayuda de hoces y zoquetas. El moderno horno de secado y tostado con doble plato se construye con suelo abatible para facilitar el trasiego sin necesidad del costoso ensacado del grano. El control de temperatura se basa en un original sistema de laberintos para mezclar aire a diferentes temperaturas. La búsqueda de sabores muy puros, les lleva a incorporar el tostado indirecto mediante intercambiador. Una novedad que hoy constituye el modelo de la industria.

La sala de braceado (cocción del mosto) se dota de calderas de cobre. Era el único material capaz de transmitir el calor eficientemente a la vez que maleable y duradero. Durante más de 80 años se fueron haciendo más profundas para aumentar su capacidad. Se añadían virolas de cobre mediante soldadura de plata.



*Sala de Braceado (también llamada “de cocidas”) remozada en 2001*

Para la fermentación se construyen tinós de 100 hectolitros, toda una osadía para una época incierta. En la bodega se encierran tanques de fundición remachados, sin soldadura que requerirán de muchas horas de dedicación para mantener la higiene requerida.

Los primeros años de andadura, con una producción anual de unos seis mil hectolitros de cerveza, se vieron estimulados por la obtención de varios premios, entre los que destaca el Diploma de Honor con Gran medalla de Oro, conseguido en la Exposición Internacional de Londres, “como recompensa industrial de la excelente calidad de su cerveza”. Ese mismo año, la empresa obtiene otras dos medallas de oro, una en París y otra en Madrid, y en 1908 otra medalla de oro en la Exposición Hispano-Francesa celebrada en Zaragoza.

En aquellos tiempos ya lejanos de principios de siglo, la cerveza se comercializaba y distribuía en toneles de madera y botellas sopladas artesanalmente, con tapón de corcho y etiquetas de papel de impresión muy rústica. El producto se transportaba desde la fábrica a los establecimientos en carros arrastrados por caballerías.

La cuadra de caballos de La Zaragozana era orgullo de la empresa, y estaba considerada una de las mejores y más cuidadas. Incluía doce magníficos caballos



*Sala de fermentación tradicional en tinos abiertos (año 2001)*

que arrastraban galeras, volquetes y coches de paseo. Todo a cargo de un palafrenero quien, por cierto, en sus ratos libres, hacía también de auriga del coche del entonces presidente.

Actualmente los cuatro caballos de raza *shire* se encargan de tirar de la narria cervecera hacia aquellos lugares en los que la cerveza se convierte indudablemente en centro de atención.

## **2. EL PRODUCTO: AMBAR 1900**

Para recuperar la memoria de los productos hizo falta desafiar algunos mitos profundamente establecidos en el mercado cervecero. Primero fue la distinción entre cerveza de consumo habitual y cervezas de especialidad. Normalmente la creatividad cervecera se asociaba más a la aparición de sabores y texturas poco habituales que por lo mismo cansaban rápidamente el paladar. El desafío consistía en

elaborar una cerveza de consumo habitual que partiendo de aromas fácilmente integrables en la memoria cervecera colectiva se reconociera por su alta calidad.

A principios del siglo XX, parte de las fermentaciones se hacían a temperatura ambiente, lo que se denomina fermentación a alta temperatura. Con el desarrollo de la tecnología del frío, las fermentaciones se desarrollan a temperaturas más bajas, entre 8 y 14 °C. Al ser la fermentación un proceso exotérmico, el calor del propio proceso debe disiparse para evitar cambios metabólicos en la levadura que le pueden llevar a la síntesis de aromas extraños. Además, la baja temperatura ayuda a dificultar el desarrollo de microorganismos extraños que puedan deteriorar el desarrollo normal del aroma de la cerveza.

La decisión de volver a trabajar a alta temperatura de fermentación llevaba aparejado ciertos desafíos. Por un lado, buscar una levadura cuyo perfil organoléptico fuera compatible con el rango de temperaturas elegido. Por otro lado, desarrollar un estricto programa de higiene que imposibilitara el desarrollo de competidores aromáticos de esa levadura. Además hay que añadir la complejidad de manejar una



*En el 2005, Ambar 1900 fue elegida como mejor cerveza española por la Guía Peñín en su primera incursión en el mundo de la cerveza. Buen premio para tanto desafío*



levadura adicional o la necesidad de integrar en el proceso tanto el proceso tradicional como las tecnologías modernas que se iban sumando en la fábrica.

Pero si importante era el contenido, también era importante su presentación al consumidor. El etiquetado está inspirado en grafías de finales del XIX; en aquellos años las grafías muy coloreadas eran símbolo de distinción y se aplicaban a productos de alto valor. La aplicación de estos colores a la caja de 12 botellas la hizo acreedora del reconocimiento del mercado recibiendo un premio como mejor diseño del año 1995.

Para el recipiente, se eligió una botella de cuello largo. Curiosamente la altura de las botellas ha seguido un camino de ida y vuelta. Originalmente altas, las botellas de cerveza fueron bajando en altura conforme las exigencias tecnológicas del envasado automático primaron el desarrollo de envases más bajos y estables. Así nuestra nueva botella se parecía más a las botellas de principios de siglo que a las rechonchas botellas que llenaban el mercado en los años 90. Pero marcó tendencia. Hoy todas las botellas del mercado son otra vez altas.

## **RESULTADOS**

La Zaragoza recibe cerca de veinte mil visitantes anuales. Sus históricas instalaciones son lugar de celebración de actos culturales, ruedas de prensa y presentaciones públicas.

Como centro de educación en tecnología de la cerveza, hemos constatado una gran aceptación en parte porque los procesos tradicionales son más accesibles para el gran público que los modernos. La modernidad ha encerrado las transformaciones del proceso cervecero en cajas negras mientras que los procesos tradicionales se ofrecían a la observación directa.

La actividad industrial de la fábrica ha aprendido a convivir con las continuas visitas. Se ha ido mejorando en la definición de horarios y circuitos hasta lograr una adecuada armonía. Los operarios ven su trabajo como una importante contribución a nuestra imagen pública.

Ante el desafío de las cervezas globalizadoras, los consumidores de las cervezas de La Zaragoza aprecian su apuesta por mantener sabores inspirados en nuestros valores pegados al entorno geográfico y a nuestra historia.