

# El chocolate en La Villa de Jovellanos

10 al 19 de abril  
Gijón/Xixón



ORGANIZA

[canalgastro.es](http://canalgastro.es)

GASTRONOMÍA  
Y CULTURA

PATROCINA

Xixón | :Divertia

Xixón | Cultura  
y Educación

FUNDACIÓN  
GIJÓN RURAL



FUNDACIÓN FORO JOVELLANOS  
DEL PRINCIPADO DE ASTURIAS

## EL CHOCOLATE EN LA VILLA DE JOVELLANOS

El chocolate caliente forma parte del ADN cultural de Gijón. Más que una bebida, es un símbolo de encuentro, de tradición y de memoria compartida que ha acompañado a generaciones de gijoneses en sus momentos cotidianos y festivos.

Su arraigo en la ciudad no es casual. Durante la Ilustración, Gaspar Melchor de Jovellanos impulsó su consumo como parte de una nueva forma de entender la vida social y cultural. Bajo su influencia, el chocolate dejó de ser un producto reservado a unos pocos para convertirse en un hábito extendido entre toda la población, integrándose en tertulias, celebraciones y rutinas diarias.

Este auge no solo transformó los hábitos de consumo, sino también la economía local. Gijón llegó a albergar numerosas fábricas de chocolate, convirtiéndose en un gran referente de producción y distribución. El aroma del cacao formaba parte del paisaje urbano, y el chocolate a la taza se consolidó como un elemento distintivo de la identidad gijonesa.

Homenajear hoy el chocolate caliente en Gijón es, por tanto, reconocer ese legado. Es poner en valor una tradición que habla de convivencia, de historia compartida y de una ciudad que supo hacer suyo un producto hasta convertirlo en seña de identidad. También es una oportunidad para reconectar con las raíces, dinamizar la vida cultural y reivindicar el papel de la gastronomía como vehículo de patrimonio.

En cada taza humeante hay mucho más que chocolate: hay historia, hay cultura y hay Gijón.

## CAMPAÑA

Las jornadas surgen de la idea de homenajear el chocolate caliente y su vinculación con G.M. de Jovellanos y la ciudad de Gijón. Con este concepto se crea una marca, que se materializa con un diseño de cartel original de Nortegráfico y la planificación de una campaña que transmita el mensaje, incluyendo:

- Acto de **presentación a autoridades y medios**. Se puede realizar en el local privado *La Rampla* con una degustación de chocolate a la taza para los asistentes (máximo 50).
- **Exposición en la calle** que constará de 9 paneles que se ubicarán en el Paseo de Begoña durante 2 semanas. Se pondrá en valor el chocolate y la figura de Jovellanos durante la Ilustración.
- Integración en las jornadas gastronómicas de la ciudad de establecimientos de hostelería afín al evento. En torno a **30 confiterías y cafeterías** de Gijón.



- Promoción en los establecimientos participantes **con cartelera para escaparate, mostrador y mesas**. Obsequio a los consumidores con un **marcapáginas**, vinculando la acción gastronómica con la cultura y la literatura.
- **Publicidad en medios tradicionales**: reportaje en La Nueva España y faldón en el suplemento *El Yantar* de El Comercio.
- **Promoción en medios digitales**: redes sociales de Canal gastro, de los patrocinadores y de los participantes.
- **Gastromapa interactivo** con los establecimientos participantes y la oferta de cada uno.

## **OTRAS ACCIONES**

---

A mayores, se pueden plantear otras acciones de marketing que enriquecerán las jornadas y permitirán profundizar en la costumbre de tomar chocolate caliente en la ciudad:

- **Concurso literario de relatos breves** sobre Gijón y el chocolate.
- **Moneda de chocolate con el torso de Jovellanos** en altorrelieve con el objetivo de involucrar en las jornadas al público más joven, permitiéndole conocer la figura del ilustrado y su vinculación con esta bebida dulce.
- **Chocolatada popular** con instituciones, personajes públicos, influencers, etc.
- Realización de un **podcast** con dos personas vinculadas a la cultura, a Jovellanos y al chocolate. De esta entrevista se utilizarían los fragmentos más relevantes para crear publicaciones en las redes sociales, favoreciendo llegar a un público nativamente digital.

- .

