



**Movimiento global. Jing Chen lidera en España Pink Boots Society (PBS), una entidad sin ánimo de lucro que trabaja para sacar de la invisibilidad a las mujeres cerveceras**

## LA BIRRA ARTESANA TAMBIÉN PUEDE SER FEMINISTA

POR LUIS  
BLASCO MADRID

A Jing Chen le apasiona la cerveza. Sólo así se entiende que convirtiera el piso que comparte en Barcelona con su marido, Matt Boder, en una pequeña fábrica. Una habitación guarda los sacos de malta, otra sirve para la fermentación y la cocina tiene una pioleta que levanta los kilos de malta mojada. Una afición, la de cerveceros caseros, que desarrollaron cuando vivían en Chicago, una de las ciudades más importantes del movimiento artesano cervecero.

Ahora, Jing lidera la sede española de la Pink Boots Society, una entidad sin ánimo de lucro fundada por la maestra cervecera americana Teri Fahrendorf, cuyo objetivo es fomentar y divulgar la cultura de esta bebida y dar apoyo a las mujeres profesionales que trabajan en el sector.

Pero, antes de ponerse al frente de este movimiento en España, Chen —«china de segunda generación», como ella se define— tuvo que transformar su afición en su profesión. Un camino difícil, sobre todo en un mundo en el que participan muchas mujeres pero no tienen la misma visibilidad que los hombres.

En sus inicios *amateur*, Jing y Matt se juntaron con los impulsores de la cerveza artesana barcelonesa. Un nutrido grupo de *homebrewers* que desarrolló

un movimiento pionero en nuestro país a través de varias ramas: tiendas, cerveceras, restaurantes, festivales, etcétera.

A medida que Jing se iba integrando en el grupo, se daba cuenta de que necesitaba algo más. «Me faltaba esa complicidad con la mujer», explica Jing. De ahí surgió un grupo de Facebook para dar visibilidad a las mujeres profesionales del sector cervecero. La idea era evitar situaciones como las que ella vivía cuando asistía a ferias y eventos. «Había situaciones sutiles, como gente que te quiere pedir una cerveza y, si hay un chico y una chica, se la piden al chico», recuerda. El grupo fue una llamada de atención: «Chicos, aquí hay mujeres; existimos».

Charlando con otras féminas del sector, Jing dio con la Pink Boots Society. En España, la asociación tenía una sede desde hace varios años, pero diferencias de criterio de sus integrantes dejaron la asociación aletargada. Hasta que Jing pidió tomar el testigo. En marzo de 2017, se puso al frente de la asociación con una idea clara: «Dar visibilidad a la mujer».

### MUJERES INVISIBLES

Este sector cuenta con una particularidad: muchas de las empresas que lo integran son de carácter familiar y, aunque directamente no cuenten con una mujer como maestra cervecera, muchas desarrollan diversos labores. «Hay muchas dentro de la fábrica que no dedican su día a día a producir, pero sí al resto de tareas», explica Jing. Muchas de ellas son «la novia o la mujer, que no cobran de eso pero que el fin de semana etiquetan, embotellan o reparten».

Sacar a esas mujeres de esa zona oscura es una de las tareas de Pink Boots. Una invisibilidad que ella también sufrió. «La gente siempre se fija en el maestro cervecero, que es la parte romántica; bonita», recuerda Jing. «Pero el papel que yo hago es muy importante para el sector y la empresa y, al igual que yo, para el resto de empresas con mujeres detrás, haciendo de todo y

### UN SECTOR SIN ESTADÍSTICAS SOBRE MUJERES

Uno de los objetivos de PBS para este año es recopilar cuántas mujeres trabajan en el sector. Actualmente no hay cifras a este respecto en un sector que mueve 15,500 millones, según el último informe publicado por *Cerveceros de España*. Si hay estadísticas sobre cuántas mujeres *homebrewers* hay. Según la Asociación de Cerveceros Caseros (ACCE), poco más de un 5% son mujeres. Un total de 52 sobre los casi 1.000 miembros. Uno de los primeros lugares donde PBS ha podido recopilar información ha sido el Barcelona Beer Festival, el mayor evento cervecero de España, que contó con la presencia de más de 1.500 profesionales del sector. Además, «pincharon» dos cervezas elaboradas exclusivamente por mujeres de la asociación.



Jing Chen, líder de PBS en España, posa en el Brew Wild Pizza Bar, en Madrid. SERGIO ENRIQUEZ-NISTAL

cuya labor no se está reconociendo».

No es un problema del sector, que «no tiene más prejuicios que otros», según Jing. Es un «problema social y cultural», señala. Pero «las cosas están cambiando», apunta. Uno de los principales problemas, según Jing, es la imagen que se ha dado de la cerveza como producto. «Se ha vendido como un producto barato, que engorda, poco glamuroso», describe Jing. Eso ha alejado a la mujer de la cerveza, porque «ellas no van a comprar un producto que le diga que engorda».

Aunque la mayor parte de la culpa recae en esos estereotipos, «la propia mujer tiene que quitarse el

prejuicio», señala Jing. Muchas acuden a Black Lab, su restaurante, y no piden cerveza porque, según ellas, no les gusta. «Yo les respondo que no es que no les guste, es que todavía no han encontrado la que les gusta», matiza. Este cambio llevará tiempo, «como está ocurriendo en otros ámbitos como el arte y la música» pero que gracias al #MeToo se ha acelerado.

En este avance, la tecnología tiene un papel importante. «Es verdad que físicamente somos diferentes», dice Jing, «pero el día de mañana la tecnología va a permitir que la fuerza sea menos necesaria en este trabajo».

En menos de un año, PBS en España ha pasado de dos mujeres a casi una treintena.

Todas participan en la producción y distribución de la cerveza. Administración, gerencia y hostelería son los perfiles más comunes.

El objetivo a corto plazo es concienciar a las mujeres de que el sector de la cerveza también es para ellas y que pueden disfrutar de la bebida sin complejos. Pink Boots pone su grano de arena con actividades impartidas sólo por mujeres, pero sin excluir a los hombres. «En lugar de enfocarlo como cerveza, cerveza, cerveza, lo enfocamos como una asociación de mujeres que promueve la cerveza», explica Jing. «Lo que hace que las mujeres se acerquen sin miedo, sobre todo en un país como España, donde el feminismo es muy fuerte».