



El fenómeno culinario catalán

Autora: Ada Parellada

Cataluña, hasta hace pocos años, es un país con un patrimonio culinario consolidado de larga tradición, aunque ciertamente desconocido para los foráneos. Este panorama ha cambiado sustancialmente gracias a una revolución gastronómica capitaneada por un conjunto de jóvenes cocineros, que han transformado la manera de entender el servicio de los platos en un restaurante, los hábitos alimentarios de la población y las propuestas de productos que la industria alimentaria está ofreciendo a los consumidores. Cataluña, por todo ello, lidera la vanguardia culinaria mundial. Cocineros de primera fila en países de todo el mundo siguen la línea que impone esta nueva manera de concebir la gastronomía.

El protagonista principal de esta revolución es Ferran Adrià, que este año ha prestado su imagen para promocionar el turismo en España. Que un cocinero se dedique a promocionar España dice mucho de la evolución de la cocina.

Y es que la de cocinero era una profesión menoscabada a nivel social. Los cocineros trabajaban en la oscuridad, tanto metafórica como físicamente. Las cocinas eran pequeñas, oscuras y mal ventiladas, y “terminar” en una cocina era síntoma de no tener otras salidas profesionales.

El cambio fundamental – aunque suene a broma – ocurrió el día en que en una discoteca, un chico con intenciones de ligar, le espeta con orgullo a la chica: - soy cocinero -. La situación es real y traspasa la categoría de anécdota, porque es una señal inequívoca de que el cocinero profesional es un líder de opinión, se le idolatra y genera un interés incalculable, tanto profesionalmente como en lo personal. El prestigio de la profesión de cocinero es tal que hasta es una estrategia para relacionarse con éxito.

Programas de cocina en los medios de comunicación, libros de recetas llenando las estanterías de las librerías, congresos de gastronomía a lo largo y ancho del país, chefs anunciando todo tipo de productos en spots de publicidad, restaurantes por doquier. La gastronomía mueve un volumen de negocio considerable.

Estamos ante un hecho de notable repercusión que conviene analizar. Se trata de un fenómeno cuya punta del iceberg son los mediáticos y estrellados cocineros catalanes – Ferran Adrià, Carme Ruscalleda, Joan Roca, Santi Santamaria, Nandu Jubany, Fermí Puig, entre muchos otros nombres -. No se trata de un fenómeno del que sólo se beneficia a los propios cocineros, sino que gracias al éxito social y económico de los cocineros de vanguardia, da vida, ampliando y reforzando, a un inmenso elenco de empresas del sector de la restauración, de la industria alimentaria, tecnológico, turístico e, incluso, educativo.

De dónde venimos

Catalunya tiene bien presente sus orígenes, cocina de fonda, de casa de comidas, pero también gran tradición de restauración. En el siglo XIX nacieron en Barcelona grandes restaurantes de la mano de los cocineros de aquellas casas nobles que dejaron de poder soportar el peso económico que suponía todo un ejército de sirvientes. Cocineros

provenientes de Francia y de Italia, abrieron restaurantes de gran lujo y de alta cocina en los mejores emplazamientos de la ciudad.

En ese momento los barceloneses, pero también el resto de Cataluña adoptaron la costumbre de salir a comer y a cenar con regularidad a los restaurantes, más allá de la necesidad alimenticia. El restaurante pasó de ser un servicio a ser un espacio de ocio, donde los comensales se relacionaban, hacían negocios y comían exquisiteces.

Los restaurantes de lujo del estilo de la Maison Dorée y Justin – todos con nombres al estilo francés – compartían territorio con las fondas, el modelo de casa de comida catalán. Las fondas ofrecían una sólida cocina basada en los platos tradicionales catalanes y, también, alojamiento.

La restauración, hoy

La imagen actual de la ciudad parece reproducir el escenario de 1850: multitud de restaurantes de estilos diversos conviven en la capital catalana. Cuatro grandes líneas marcan las tendencias. En primer lugar, la cocina étnica ha entrado con fuerza y los más jóvenes apuestan por ella. Por otra parte, la cocina de autor tiene su espacio consolidado en el mercado, con clientes provenientes de todo el mundo – que siguen las guías gastronómicas -. Una tercera línea son las tapas, que nada tienen que ver con las costumbres catalanas, pero han arraigado totalmente en el paisaje catalán.

Y, por último, todo tipo de restaurantes conviven con naturalidad con las fondas, las casas de comida tradicional en Cataluña. Aún más, desde hace unos pocos años, las fondas están resurgiendo con determinación, y un nutrido grupo de cocineros catalogados en el apartado de cocina de autor o de investigación están inaugurando, con un éxito notable de público, restaurantes de cocina tradicional, ligeramente puesta al día, pero con una base fiel al patrimonio culinario de nuestro territorio. Un patrimonio que se basa en el producto, las técnicas y el orden cultural de servicio de platos.

Porque Cataluña tiene una cocina sólida y consolidada. Ferran Agulló, político catalán del s.XX, que también escribió sobre cocina, afirmó: “Cataluña, de la misma manera que tiene una lengua, un derecho, unas costumbres, una historia propia y un ideal político, tiene una cocina. Hay regiones, nacionalidades, pueblos, que tienen un plato especial, característico, pero no una cocina. Catalunya la tiene, y aún tiene más: tiene un gran poder de asimilación de platos de otras cocinas; los hace suyos y los modifica según su estilo y su sabor”.

La cocina catalana, pues, fundamentada en una especificidad documentada y reconocida, no sólo ha coloreado el mapa sociológico y económico del país, sino que ha terminado convirtiéndose en un signo de identidad cultural. Está documentada desde el s.XIV, con el *Libro del Sent Soví*, el primer libro de cocina de nuestro país y uno de los más notables y antiguos de Europa; el *libro del Coch*, s.XVI; y los más actuales ensayos de Josep Pla y Néstor Luján. Con todo, Luján afirmaba sobre la cocina catalana que “ha vivido espontáneamente, alejada de una orientación que sólo han tenido las grandes cocinas nacionales, como por ejemplo la francesa”.

Nuestra cocina puede vivir espontáneamente porque crece sobre un territorio rico. Tiene mar, montaña, huerta y bosque. Se basa en la tradición mediterránea culinaria, pero tiene influencias con toques atlánticos y una gran adoración al cerdo, con sus productos resultantes, que enriquecen la despensa. Y tiene la mezcla del conjunto con platos que serían totalmente incoherentes si no fueran nuestros platos familiares de fiesta, como es el matrimonio entre una langosta y un pollo.

58 Estrellas

En 1970 en Cataluña no había ningún restaurante con estrella Michelin. En 2010, en Cataluña se concentran 58 estrellas de las 200 que hay en España. No hay mejor reflejo de la revolución culinaria que Cataluña ha vivido en las últimas décadas.

La cocina catalana de vanguardia ha entrado con fuerza en los últimos quince o veinte años y continúa con una salud de hierro. Aunque tiene poco que ver con las técnicas culinarias ancestrales - no usa cuchara de palo, ni hace sofritos ni muele en el mortero – , comparte todos y cada uno de los valores con la cocina tradicional: tiempo, constancia, paciencia, dedicación y esfuerzo.

Aunque los cocineros de vanguardia parecen trapezistas que dibujan arabescos en el aire – cocineros que han apostado por innovaciones arriesgadísimas, por auténticas obras de arte en el mundo efímero de la cocina –saltan con la seguridad de saber que bajo sus piruetas, está la red de la cultura, de la historia, del dominio de las técnicas culinarias y del conocimiento en profundidad del producto. La red es la seguridad; y en el aire está la imaginación, el riesgo, el genio, el virtuosismo y la osadía. Sus máximos exponentes, cada uno con su estilo personal, Ferran Adriá, Joan Roca, Carme Ruscalleda, Santi Santamaria realizan una cocina con la maestría del equilibrista, dejando al público en vilo, sacudiendo las emociones, pero siempre con coherencia, tino y conocimiento.

Bajan a la pista, de vez en cuando, para reflexionar, argumentar y justificar ante la sociedad, y aunque aparentemente no hay ninguna necesidad de justificarse por lo que investigan, hacen y proponen, siempre surgen voces críticas que les piden explicaciones sobre sus platos . Su labor de investigación y su trabajo experimental se basa en un ejercicio intelectual, y como tal se ven con la necesidad de darle un cuerpo teórico. Consideran que su cocina es un lenguaje, que el plato se come y se piensa, y que es en la mínima expresión donde se esconde el secreto de aquel lenguaje, la perfección de la sintaxis.

El renacer de lo antiguo

Dice un dicho catalán “Volta el món i torna al Born”, que significa que por muchas vueltas que demos por el mundo, siempre queremos volver a casa.

Y así ha ocurrido con la cocina en nuestro país. Hemos comido tantas cocinas, hemos experimentado tantos sabores nuevos, chocantes, diferentes, intelectualmente complejos, que nos apetece descansar la mente y sentirnos en casa, retomando con gusto el sabor de la cocina de las madres, interpretada por las diestras manos de los cocineros más prestigiosos de nuestro país, que han abierto restaurantes/fonda, que no hacen más que ser un reflejo de la tendencia actual: restaurantes con el sabor de antes, con un trato en sala más relajado, y a un precio más adaptado a la actual situación financiera mundial. El valor añadido de los citados restaurantes/fonda es el hecho de que en cuyas cocinas está al frente las primeras figuras del elenco de cocineros de nuestro país. Estrellas Michelin vuelven a cocinar canelones, macarrones, fricandó y suquet de pescado.

El producto

Los productos son el agente de seguros de la cocina de vanguardia. Un buen producto es la base de la cocina. Se puede estropear un buen producto, pero hay pocas probabilidades de mejorar uno de mediocre.

Josep Pla, el escritor catalán, dijo con mucho acierto que la cocina es “el paisaje en la cacerola”. Ciertamente, en el plato hay el compendio de un paisaje formado por la

tierra y el clima, dominado por el hombre y sellado por la historia. En Cataluña conviven sin ranking ni competición tres paisajes que alimentan al hombre: el mar, la montaña y el llano.

El mar contiene toda la belleza de la irregularidad, de la rebeldía. El no poder controlar el volumen de la extracción, hace que la cocina del mar sea variable e imprevisible, y muy atractiva. Un mismo plato de pescado puede tener multitud de variantes gastronómicas, por la carestía o abundancia del protagonista – el pescado – o de su valor económico en el mercado.

La montaña provee de productos que aún son más aleatorios que los del mar. Son los productos que el hombre no puede domar. Las setas son su más claro exponente. Cataluña es un país micófilo, muestra verdadera pasión por las setas, tanto por su consumo como por la fiesta que supone ir a cogerlas. En otoño y primavera, las montañas ven transformada su habitual quietud y soledad por una densidad de población que sorprende a los foráneos. Además, es en la montaña donde se curan los embutidos, verdaderos estandartes de la gastronomía popular catalana. También la caza ocupa un lugar privilegiado en nuestra cocina, aunque no se trata de caza de gran calibre, sino de conejos, liebres, perdices, codornices, jabalíes y algún ciervo.

El llano es la zona más “civilizada”, en el sentido de ser la zona con producción más regular, basada en la agricultura. Es la zona rica y confortable, de cocina opulenta. Camp de Tarragona, Penedès, Vallès i Empordà, son las comarcas que lo integran. Se trata de comarcas con una densidad de población estable, cuestión importante para generar una actividad mercantil sólida y consolidada.

La importancia del vino

La dieta mediterránea, madre de la cocina catalana, se apoya en tres alimentos fundamentales que dibujan el tridente mediterráneo: vid, trigo y olivo.

El vino tiene una importancia capital en la gastronomía catalana. Una atomización de pequeñas bodegas en el territorio catalán que priman la calidad ante otros factores, como podría ser el precio o el volumen de venta, conviviendo con las grandes, solventes y de gran tradición bodegas catalanas, avalan la anterior afirmación.

Cataluña es un país de vinos, tanto de producto como de tradición vitivinícola. En cualquier punto de la geografía, la vid crece con determinación y se elaboran vinos con intención, cultura, tradición, pero también siguiendo las tendencias mundiales: suaves, con cuerpo, con personalidad, reflejo del terruño de donde procede la vid. Los viticultores catalanes, apuestan por caldos con un valor diferencial, basado en lo autóctono: variedades, arcillas y vinificaciones.

El país disfruta de once denominaciones de origen vinícolas, perfectamente reguladas, que garantizan la calidad y el control del proceso de elaboración. Los catalanes han pasado de ser vinos de mesa, desconocidos, incluso vendidos a granel, a ocupar un puesto preferencial en las cartas de los restaurantes más prestigiosos del país.

Uno de los fenómenos destacables alrededor del vino, es el caso Priorat, que ha pasado de ser una de las comarcas más pobres del país, tanto a nivel renta per cápita, como en referencia a la calidad de sus vinos, a ser una Denominación de Origen de culto. Uno de los artífices de la revaloración de la comarca, Álvaro Palacios, ha conseguido ser uno de los elaboradores preferidos del crítico analista de vinos, Robert Parker, (fuente: <http://www.vinos-blog.com/2010/05/11/lista-parker-2010-22-de-los-mejores-vinos-espanoles-son-catalanes/>). En consecuencia, los vinos del Priorat disfrutaban de gran aceptación en todo el mundo, lo que ha impulsado su exportación, y ha hecho aumentar el precio del producto hasta límites insospechados en la historia vinícola catalana.

Las bodegas catalanas han puesto en marcha una segunda fuente de ingresos, más allá de la venta tradicional de botellas de vino. Se trata de abrir las puertas a los turistas o visitantes los días no laborales, ofreciendo a los visitantes visitas guiadas, catas comentadas e incluso alojamiento y servicio de restauración. Lo han titulado como “enoturismo”, de manera que los visitantes organizan sus rutas y viajes a razón de las bodegas que van a ir a visitar durante el trayecto.

Las bodegas, para ser competitivas en el circuito de enoturismo, han tenido que sacarle jugo a la imaginación, ofreciendo actividades que las diferencien de sus competidores, adecuando y decorando sus espacios comunes y organizándose para atender a los turistas en los días que estaban acostumbrados a cerrar.

La moda del pan

Más allá de las prescripciones y consejos dietéticos, el pan está viviendo una revolución en el panorama gastronómico. Jóvenes profesionales han abierto panaderías de producto artesanal, respetando los tiempos que precisa la elaboración del mismo y buscando la excelencia ante la rentabilidad. El consumidor ha respondido satisfactoriamente a la propuesta y el resultado es que el panadero ha trascendido del obrador, con presencia en los medios de comunicación. Se conoce la tienda y se reconoce al artesano. Libros, publicaciones, artículos y programas de televisión han despertado el interés en olvidado y humilde mundo del pan.

El aceite

Para culminar el triángulo mediterráneo, haremos un apunte sobre el aceite. Cataluña, sobre todo la parte de la denominada Cataluña Nueva – que engloba el sur del país, con Tarragona como capital – es tierra de olivos. Tenemos una de las variedades con mayor aceptación entre los entendidos en el producto – la arbequina – y tenemos también uno de los paneles de cata de mayor prestigio de la Península, el de Reus, emplazado en el IRTA –Institut de Recerca i Tecnologia alimentaria - , donde se trabaja rigurosamente para garantizar que todos los aceites que hay en el mercado respondan a la calidad que se especifica en el etiquetado.

Una yuca, gracias

Nuestro país ha sufrido una importante inmigración, en la última década, que se ha reflejado, entre otros aspectos, en el colorido de las tiendas de comestibles. Frutas y verduras provenientes de todos los rincones del mundo, productos novedosos, platos terminados – tipo sushi, tamales, shawarma, tacos – y un sinfín de nombres que se han incorporado con total naturalidad en nuestro diccionario alimentario cotidiano, hasta el punto de que en determinados barrios y comercios es más sencillo comprar un kilo de guandules que unas judías del ganxet.

Hace no más de dos décadas, los productos exóticos se adquirían en pocas tiendas, muy especializadas. Hoy día están en las grandes superficies y en las tiendas de barrio de las grandes ciudades – las que más inmigración han recibido -: yuca, papaya, mango, ñame, algas, quinoa y muchísimos productos más, se venden en cantidades importantes, lo que significa que han sido importados de sus países de origen – generando un movimiento de volumen considerable de importación y exportación – o se han creado cultivos en zonas adaptables al producto en cuestión. El cultivo de nuevos productos, o de

productos de fuera de nuestras fronteras, es un claro ejemplo de cómo la agricultura evoluciona y se adapta rápidamente a la demanda de los mercados actuales. Pero también significa que se dejan de cultivar variedades de frutas, verduras, legumbres y cereales autóctonos, modificando el paisaje y las costumbres de consumo de nuestra cultura alimentaria.

Los productos étnicos provienen de lejanos paisajes, cuyo transporte los grava a nivel medioambiental, pero son muy apetitosos para los consumidores, por la novedad que suponen y por su sabor exótico, que cambia totalmente el registro de los platos. Cada día aterrizan en los aeropuertos catalanes toneladas de productos provenientes de todo el planeta.

La sostenibilidad alimentaria catalana

Ayer comimos una paella “con sorpresa”, cerca del mar. La “sorpresa” fue descubrir que casi ninguno de los alimentos que conforman uno de los platos más típicos y tradicionales de nuestra gastronomía eran originarios de nuestro país.

Gran parte del arroz que consumimos diariamente en Cataluña proviene del sudeste asiático, principalmente de Tailandia; las gambas vienen de la India; el mejillón se importa de Chile y los calamares son argentinos.

De África nos llegan algunas hortalizas, y según la organización Veterinarios sin Fronteras, que luchan por una alimentación sostenible, la importación senegalesa de hortalizas está en auge. Pero en cuestión de espárragos, el monopolio lo tiene Perú. Y así podríamos continuar, descubriendo que los alimentos que siempre hemos comido, en nuestra cocina tradicional, provienen de países cada vez más alejados. Son alimentos emocionalmente cercanos y geográficamente lejanos.

Así pues, no sólo de alimentos étnicos, imposibles de cultivar en nuestras latitudes, se llenan los aviones de mercancías que llegan a nuestro país, sino también de alimentos de larga tradición agropecuaria en Cataluña. La razón, pues, no radica en que la dificultad climatológica de producir los alimentos, sino en las ventajas económicas de los alimentos importados. Aún a pesar del largo viaje, las condiciones de trabajo en los países de origen de los alimentos importados, así como el cultivo extensivo e intensivo de los mismos, hace que el producto llegue al mercado catalán con un precio muy asequible, convirtiendo los productos autóctonos en poco competitivos, desde el punto de vista económico.

Sin tomate no hay cocina. *El orgullo de ser payés*

Estrategias de los productores catalanes, para afrontar las importaciones

Ante el gran volumen de importaciones, la agricultura y la ganadería catalanas han desarrollado estrategias para conseguir ser competitivos y liderar determinados nichos de mercado. El objetivo es dotar a los productos autóctonos de un valor diferencial en relación a los importados.

- ***Productos ecológicos***

Algunos de los productores han optado por la producción ecológica, como factor diferencial, ante la supuesta preocupación de los consumidores en comer productos libres de pesticidas y otros elementos químicos propios de la agricultura convencional.

Tienen un mercado consolidado y en crecimiento, a pesar del suave descenso del consumo en los últimos dos años debido a la situación económica de la población, consecuencia de la crisis financiera mundial.

- ***Productos especializados: nuevas variedades y productos delicatessen.***

La producción de alimentos especializados, nuevas variedades y productos delicatessen es otra de las estrategias diferenciales de la nueva producción catalana.

Siguiendo las tendencias del mercado, se cultivan variedades como el arroz basmati o el tomate RAF o Coeur de Boeuf – provenientes de otras culturas – pero también se recuperan variedades autóctonas que estaban a punto de desaparecer – como la judía del ganxet o el tomate de Montserrat – revalorizándolas y ofreciendo un diferencial a la oferta gastronómica en nuestros mercados.

El producto de proximidad: el más sostenible

El producto ecológico es muy interesante a nivel individual y medioambiental. El producto de comercio justo ejerce una gran labor a nivel social. Pero el producto de proximidad es la propuesta más sostenible tanto a nivel social como medioambiental; puesto que promueve y protege al productor catalán y, al no haber sufrido transporte, no representa carga medioambiental ninguna.

Además el producto de proximidad acostumbra a tener mejores atributos organolépticos, ya que no pierde sabor durante el viaje, y se recoge en el momento óptimo de maduración, a punto de llegar al mercado.

Algunos de los productos de proximidad coinciden con Denominaciones de Origen que protegen y controlan la producción y la calidad de los mismos.

Exportación

Cataluña es un país importador, como ya se ha explicado, pero también exportador. La Generalitat de Cataluña ha creado un organismo, la oficina de exportación PRODECA, cuyo objetivo es la promoción y fomento de exportación de alimentos catalanes, otorgando ayudas económicas, identificando los mercados emergentes y facilitando la relación con los países receptores. India, China, Arabia Saudí, Irán, son países con una fuerte demanda alimentaria, y actualmente son los objetivos comerciales de PRODECA.

Los mercados tradicionales. *Las universidades del gusto*

Cataluña es un país con una fuerte tradición comercial. El mercado municipal es un verdadero despliegue de color, aromas y promesas de sabor, hasta tal punto que muchos de ellos – sobre todo si están situados en poblaciones turísticas – se han convertido en una foto/postal habitual en los álbumes fotográficos de los turistas cuando vuelven a sus países de origen. Un mercado bien abastecido es una imagen de gran belleza, pero también un mercado engloba una enciclopedia alimentaria, gastronómica y un libro de recetas a la antigua usanza, de transmisión oral. Vale la pena pasearse por uno de nuestros mercados, y preguntar, porque los vendedores sí tienen respuesta a las preguntas especializadas.

Los mercados tradicionales se complementan con los mercados ambulantes regulados. En Cataluña hay una gran tradición de mercados semanales en poblaciones con un número de habitantes insuficiente para tener un mercado municipal, o poblaciones cuyo mercado ambulante disfruta de gran tradición y de gran afluencia de compradores. En estos casos, el mercado ambulante genera negocio más allá de las mercancías vendidas. El día de mercado, la población se transforma, recibiendo una importante afluencia de habitantes de poblaciones vecinas, alimentando el tejido comercial de la población anfitriona.

Aunque la importancia y la consolidación de los mercados municipales y los mercados semanales ambulantes es importante, los supermercados y la gran distribución son líderes en ventas de la mayoría de las mercaderías, exceptuando el pescado fresco, producto que el consumidor continúa comprando, principalmente, en el mercado municipal.

(Fuente: http://www.mercadosmunicipales.es/_documentos/Javier-Casares6Encuentro.pdf)

Turismo gastronómico: el orgullo gastronómico de un país.

La fama de la creatividad de los cocineros españoles ha traspasado fronteras y Cataluña/Barcelona se ha situado en el mapa mundial, sobre todo desde el punto de vista gastronómico. Se ha generado un interés por nuestro país, que se ha reflejado en un mayor número de visitantes.

Los visitantes extranjeros de mayor poder adquisitivo, o con un interés específico en la gastronomía, quieren conocer a los fenómenos españoles, los prestidigitadores de la cocina, que han revolucionado los productos – cambiando texturas, esenciando el sabor y sacándole los colores a los alimentos –, han creado nuevas técnicas culinarias – la esferificación, la cocción al vacío – y han transformado absolutamente el orden del menú – adelgazando la línea entre lo salado y lo dulce, desapareciendo el trío clásico de “producto + salsa + guarnición” o proponiendo un entrante que se compone de 20 tapas – La fama de los grandes cocineros de nuestro país ha influido en la mejora de la oferta de restauración de nuestros establecimientos, elevando el prestigio general tanto de la profesión de cocinero como de la calidad de las propuestas gastronómicas; de manera que la mayor parte de los turistas que visitan nuestro país disfrutan positivamente de la oferta gastronómica.

Como apuntábamos en unas líneas anteriores, en los álbumes fotográficos de los turistas no falta una instantánea tomada en el mercado barcelonés de La Boquería, otra en un bar de tapas y una más con el codo en alto.....comiendo calçots.

Barcelona y Cataluña jamás habían gozado de tanta fama a nivel gastronómico, hasta el punto que se organizan viajes en base a los restaurantes que los viajeros visitarán. Ya no se va a comer cerca de la catedral que vamos a conocer, sino que se visita la catedral que está cerca del restaurante escogido. Este es el gran cambio provocado por el turismo gastronómico.

Ordenar el caos. Guías, libros, diálogos

Podríamos pensar que sólo la restauración y el turismo han recogido los beneficios del gran prestigio de la cocina catalana, pero hay otros sectores que han visto incrementada su actividad y sus ventas. Se trata de las editoriales, que tras el boom gastronómico se

han lanzado a editar guías de restaurantes, libros de cocina, nutrición y otros contenidos, con el objetivo de satisfacer la demanda del mercado, que reclama un poco de orden ante tanta información, en forma de guías de restaurantes; o que requiere las recetas de los grandes y admirados chefs, en forma de libro que, con fotografías de los platos a todo lujo, son un goce para los sentidos.

Las revistas no se quedan a la zaga, en los kioscos se encuentra una oferta nada despreciable de revistas de alimentación y cocina, en múltiples formatos, precios y periodicidades.

Home economist, estilista y fotógrafo gastronómico

Como profesiones satélites al gran auge de los cocineros, además de las editoriales, imprentas y diseñadores gráficos, ha surgido una nueva figura profesional: el/la estilista de comida, también llamada “home economist”, que decora los platos y los hace más apetitosos...aunque incomedibles, puesto que su objetivo es conseguir unos platos vistosos y adaptados a las necesidades de la fotografía. El trabajo de los home economist es preparar un puré de patata con textura y color de helado, para que aguante el calor de los flashes de las cámaras mientras son filmados o fotografiados. Hay pocos estilistas de cocina y su trabajo está muy cotizado.

El fotógrafo gastronómico es también un especialista que ha surgido a raíz de la revolución gastronómica de nuestro país. Dominan un enfoque diferente al resto de fotografías, requiere un tratamiento especial. En nuestro país hay buenos profesionales, pero son pocos y tienen una gran demanda de trabajo.

Las escuelas de cocina. *Un valor seguro*

La mayoría de los chefs que actualmente despuntan, que son admirados e imitados han sido autodidactas – Ferran Adrià, Santi Santamaria, Carme Ruscalleda -, no han estudiado en ninguna escuela de cocina ni de hostelería, pero al ser preguntados por cuál es la formación adecuada para ser un buen cocinero y un buen empresario de restauración, no dudan en responder que es imprescindible el haber pasado por una escuela de hostelería para empezar a trabajar en el mundo de la restauración a partir de una base.

En Cataluña disponemos de un buen número de escuelas de hostelería oficiales, algunas de prestigio internacional, además de multitud de escuelas privadas de cocina. El profesorado y la dirección de las escuelas de hostelería se esfuerzan en conseguir que los estudiantes terminen sus estudios con un alto grado de motivación y unas sólidas bases culinarias y de sala.

Cuando los alumnos terminan los estudios de hostelería, si no tienen una necesidad económica inmediata, acostumbran a pasar un par de años de “stagier” en cocinas de todo el mundo, con el objetivo de engrosar currículum y aprendizaje para poder obtener los puestos más codiciados en las cocinas de los grandes chefs o tener suficiente experiencia para abrir su propio restaurante. El “stagier” es una de las figuras que ha irrumpido en el paisaje culinario catalán. Chicos y chicas de todo el mundo solicitan estancias de aprendizaje en las cocinas de más prestigio de nuestro país, hasta el punto de que el Bulli recibe anualmente multitud de solicitudes de stagiers. A las plazas vacantes sólo pueden acceder unos pocos.

Los congresos de gastronomía

Desde hace no más de una década han proliferado los congresos de gastronomía y cocina, donde los mejores cocineros del mundo presentan sus creaciones producto de la investigación. Los cocineros profesionales tienen así la posibilidad de continuar su formación y estar en contacto con sus cocineros de referencia. Se trata de un formato novedoso y consolidado, en el que se aprende y potencia la relación entre los profesionales, así como entre los productores y posibles proveedores. Es un claro ejemplo de cómo el auge de la gastronomía es capaz de generar nuevos nichos de negocio. Los congresos son una interesante fuente de ingresos para los organizadores. Estas reuniones concentran numerosas audiencias, los cocineros presentan sus novedades en grandes escenarios y son ovacionados por el público. Es esta una demostración más del prestigio adquirido por la profesión en los últimos años.

El futuro del mejor cocinero del mundo

En Harvard, una de las universidades con más prestigio del planeta, se han interesado por el trabajo y la evolución de los cocineros catalanes hasta el punto de ofrecerles una tribuna donde desgranar cuál ha sido su trayectoria profesional, cómo ha influido su trabajo en el entorno en el cual trabajan, y qué futuro depara a su oficio y a su propio trabajo.

Fue en este escenario donde Ferran Adrià desveló a los asistentes uno de los enigmas que intrigaban al gremio, cómo va a enfocar su nueva etapa, una vez El Bulli cierre sus puertas. Según sus palabras, la propuesta es crear un centro de estudios con una fuerte inmersión digital, en el que los creativos culinarios van a dar a conocer sus investigaciones en tiempo real, a través de la red, con el objetivo de trasladar al sector los resultados de las investigaciones culinarias que el equipo creativo de El Bulli va a realizar.

Educación en alimentación, un deber de todos. *Fundación ALICIA*

No hay duda, por todo lo expuesto hasta el momento, que la gastronomía catalana está viviendo un momento inmejorable. A los habitantes de nuestro pequeño país cada día les interesa más comer bien, como demuestran la cantidad de restaurantes de prestigio y calidad en los que podemos disfrutar, de la gran producción de libros que se editan diariamente con la gastronomía como centro de interés, los programas de televisión y multitud de historias alrededor de los alimentos, la cocina y la gastronomía.

Pero parece que cuanto más nos interesa la gastronomía menos nos interesa la alimentación, entendida como el quehacer diario. Podríamos diagnosticar que sufrimos una esquizofrenia alimentaria, que nos lleva a “sobrevivir” a diario y, en cambio, protagonizar auténticos banquetes los fines de semana. Parece que alimentarnos sea una tarea ardua y aburrida, mientras que para “gastronomiarnos” no nos importe destinar todos nuestros recursos: dinero, tiempo e ilusión.

No nos importa recorrer largas distancias para comer en un restaurante que nos apetece, gastar la mitad del sueldo en un producto que consideramos exquisito o en un vino excelente, ni pasar seis horas en la cocina preparando una cena para agasajar a unos amigos. Pero nos molesta enormemente, en términos generales, preparar una sopa de pasta, una tortilla a la francesa, una verdura hervida o un pescado rebozado. Para estas

tareas diarias, sea por una cuestión de pocas habilidades culinarias, porque decimos que no tenemos tiempo, o porque nos da una pereza monumental, nunca encontramos el momento. Al tenernos que alimentar, recurrimos a las propuestas ya cocinadas, los precocinados, que la industria alimentaria nos provee. Los supermercados han ampliado, los últimos años, de manera exponencial las estanterías de los precocinados, sean frescos, congelados o en conserva.

En casa no se cocina, o se cocina “cocina de ocio”, para los días especiales, mientras que a diario la alimentación, en gran parte de los domicilios, sufre deficiencias. La incorporación de la mujer en el mundo laboral remunerado, la artífice tradicional de la cocina, es una de las causas primordiales por la que las cocinas domesticas se han quedado huérfanas. Pero lo más preocupante es la falta de transmisión tácita de los códigos alimentarios tradicionales, de manera que los niños carecen de referentes para aprender a alimentarse. Los padres han trasladado la responsabilidad de educar en alimentación al comedor escolar.

Ante este cuadro social, se plantea la necesidad de crear una estrategia educativa, formal y expresa, en cuestión alimentaria. La mayoría de las administraciones locales realizan talleres y cursos de formación nutricional y alimentaria. Algunas instituciones y corporaciones privadas también trabajan en esta línea. Es importante destacar la labor que la Fundación Alicia, liderada por Ferran Adrià, está llevando a cabo en este aspecto. Su centro de operaciones, situado en Mon Sant Benet, en el corazón de la comarca del Bages, destina parte importante de sus instalaciones a los niños, con talleres y actividades dirigidas a sensibilizarles en la necesidad de llevar una buena alimentación.

Pero ALICIA (ALimentación + CienCIA) tiene un abanico mucho más amplio en cuanto a líneas de trabajo se refiere. Su misión es íntegramente social, por lo que trabaja en todos los campos alimentarios para mejorar la alimentación de todos los estratos de la sociedad y de todos los casos particulares. Así pues, trabaja en cuanto a educación en alimentación, pero también trabaja en mejorar la calidad y los atributos organolépticos de la dieta de los enfermos, personalizando en cada una de las patologías, entre otras actividades alimentarias. Alicia ofrece a los cocineros de élite, una cocina totalmente equipada para realizar jornadas de creatividad y mejora de los platos que ofrecerán a los comensales. Destaca su labor de investigación y desarrollo de tecnología aplicada a la gastronomía, tanto de maquinaria como en cuanto a producto se refiere. Alicia trabaja estrechamente con la industria alimentaria, para desarrollar productos necesarios y convenientes a la sociedad.

La industria alimentaria, el monstruo de las galletas

Parece que al hablar de la industria alimentaria, aparecerá el diablo con cuernos, el monstruo de las galletas, Frankenstein y la chica de la curva, juntos y en son de guerra.

La industria alimentaria está estigmatizada, puesto que la sociedad interpreta que el objetivo primordial del sector es la rentabilidad económica. No hay mentira en esta afirmación, pero esta industria tiene también otros objetivos y otras misiones, como la de ofrecer productos de conveniencia para facilitar la vida culinaria de los consumidores.

El sector es precursor en los departamentos de investigación y desarrollo. Trabaja continuamente para mejorar los productos que lanza masivamente al mercado. Se trata de empresas que han conseguido un reconocimiento internacional, por sus know-how, las buenas prácticas, la tecnología alimenticia puntera y su constante innovación, en cuanto a sistemas y productos. Agrolimen (Gallina Blanca, Biocentury, El Pavo, Pans & Company), Nutrexpa (Cola-Cao, Nocilla, La Piara, Aneto y Granja San Francisco),

Pastas Gallo, Panrico, Borges, las cárnicas Guissona, Panrico y Argal, destacan por su importancia en el tejido empresarial de nuestro país. Algunas de ellas, Nutrepa o Agrolimen, empezaron siendo pequeñas empresas familiares y son, hoy día, auténticas multinacionales. Otras, con menor volumen de ventas, como Casa Tarradellas o Europastry, despuntan por su dinamismo y el firme crecimiento en el sector.

El reto se basa en combinar la creatividad de los cocineros catalanes con el sistema de trabajo y las posibilidades técnicas de la industria alimentaria. Si se crean sinergias, el resultado puede ser muy interesante y beneficioso para la sociedad.

La investigación alimentaria: producto, antropología, historia

Tanto la Administración Pública como las Universidades catalanas apuestan por la investigación.

Se investiga sobre los productos, las materias primas, pero también sobre la influencia de la alimentación en la cultura – antropología alimentaria –, sobre nuestra historia alimentaria y gastronómica, así como los aspectos alimentarios relacionados con la salud.

Cataluña es un centro de estudios alimentarios. Nombres de prestigio, reconocidos en todo el mundo, lo alaban: Jesús Contreras –antropólogo -, Abel Mariné – bromatólogo – o Antoni Riera Melis son, entre otros muchos, algunos de los profesores.

El IRTA – Institut de Recerca tecnològica alimentaria – de la Generalitat de Catalunya (www.irta.es) es una institución que entre sus objetivos se encuentra el del desarrollo sostenible de los sectores agrario, alimentario, agroforestal, acuícola y pesquero; pero también investigar y determinar cómo garantizar la seguridad alimentaria a la población. Aunque hemos avanzado años luz en unas pocas décadas, aún queda tramo por recorrer. La ilusión, el conocimiento, la creatividad y las sinergias entre todos los agentes implicados en la industria alimentaria catalana – incluyendo en tal industria a los cocineros, personal de sala de restaurante, los productores, las Universidades, las empresas de alimentación y todos aquellos que trabajan por y para la alimentación – son un buen combustible para que el motor de la alimentación en Cataluña funcione a todo gas.

BIBLIOGRAFIA

- **“El que hem menjat”**. Josep Pla.
- **“Llibre de Sent Soví”**. Anónimo. **“Llibre del Cóc”**. Robert de Nola
- **“La cuina catalana”**. Ferran Agulló
- **“La Teca”**. Ignasi Domènech
- **“El Bulli. El sabor del Mediterráneo”**. Ferran Adrià

www.ccpae.org

<http://www20.gencat.cat/portal/site/DAR/menuitem>.

<http://www.gastroteca.cat/>

<http://www.prodeca.cat/>

<http://www.irta.cat/es-ES/Paginas/default.aspx>

http://www.gencat.cat/diue/doc/doc_30660377_1.pdf

<http://www.vinos-blog.com>

www.gencat.es/darp/incavi.htm