

Prólogo de Maria Nicolau



Santi Santamaria

La cocina al desnudo

La cocina al desnudo

Santi Santamaria

Prólogo de Maria Nicolau

PENÍNSULA

La lectura abre horizontes, iguala oportunidades y construye una sociedad mejor.
La propiedad intelectual es clave en la creación de contenidos culturales porque sostiene el ecosistema de quienes escriben y de nuestras librerías. Al comprar este libro estarás contribuyendo a mantener dicho ecosistema vivo y en crecimiento.

En **Grupo Planeta** agradecemos que nos ayudes a apoyar así la autonomía creativa de autoras y autores para que puedan seguir desempeñando su labor.
Dirígete a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesitas fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra. Puedes contactar con CEDRO a través de la web www.conlicencia.com o por teléfono en el 91 702 19 70 / 93 272 04 47.

Primera edición: mayo de 2008
Primera edición en esta presentación: mayo de 2023

© Herederos de Santi Santamaria, 2011
© del prólogo: Maria Nicolau, 2023
© del prólogo, Lorenzo Díaz, 2008
© de la apostilla, herederos de Santi Santamaria, 2011

© Ediciones Planeta Madrid, S. A., 2008, 2012

© de esta edición: Edicions 62, S.A., 2023
Ediciones Península,
Diagonal 662-664
08034 Barcelona
edicionспенinsula@planeta.es
www.edicionспенinsula.com

MARIA GARCÍA - fotocomposición
Depósito legal: B. 7.633-2023
ISBN: 978-84-1100-166-3



ÍNDICE

Prólogo a la edición de 2023 de Maria Nicolau	13
Prólogo de Lorenzo Díaz	19
INTRODUCCIÓN	23
Mis orígenes	38
Mis referentes (I): los libros	43
Mis referentes (II): los viajes gastronómicos	47
Mis referentes (III): mis cocineros	55
Los seis puntos de mi cocina: por una ética del gusto	57
I. CULTURAL	61
La cultura también se cocina	64
De casa al restaurante y del restaurante a casa	70
Cocinas sin patria. Cosmopolitismo o patriotismo	74
In vino veritas	76
II. NATURAL	81
Del mercado al supermercado	85

El mundo visto desde las etiquetas	97
Pescados de la lonja frente a productos de piscifactoría	101
Código alimentario, científicos y multinacionales	108
No estar solo contra la llamada cocina molecular	117
Qué quiere decir sostenibilidad en la cocina	121
Productos orgánicos, ecológicos, biológicos	126
III. EVOLUTIVA	129
Carta a los cocineros	132
Carta a Ferran Adrià	138
El progreso y los tomates	142
Tecnología, técnicas y cocina molecular	152
Ciencia y tecnología al servicio de la cocina	158
Moda y comida	163
El restaurante a principios del siglo XXI	169
Algo más sobre el restaurante	176
IV. SOCIAL	179
La posición del cocinero en la sociedad	182
Carta a los críticos gastronómicos	186
Algunas reflexiones impertinentes	199
Michelin: la guía por antonomasia	205
La defensa del derecho del restaurador a la propia imagen	209
Ir de restaurante	216
V. ARTÍSTICA	223
VI. UNIVERSAL	237
Mi tierra es mi cocina	240

Mi tierra no es un eslogan	243
Manifiesto de la I Conferencia Internacional de la Cocina	244
A MODO DE CONCLUSIÓN	
Ideología, tradición y autenticidad	253
Mi respuesta al reto de Burger King	259
APOSTILLA por Santi Santamaria	263
Carta a Heston Blumenthal	295
Agradecimientos	297
Bibliografía	299
Índice onomástico	305

I CULTURAL

*Es preciso aceptar la existencia de una historia culinaria
que nos condiciona y que nos hace tal y como somos.*

La cultura catalana es mi expresión.

*Pertenecemos a una Europa donde el culto a la mesa
es como una religión*

Conocer es reconocer. Una de mis pasiones profesionales es recrear la cocina de la memoria, proponer nuevas formas en las que los orígenes puedan tener continuidad. La memoria gustativa es como un granero o una despensa, donde los alimentos guardados y curados esperan a que los saboreen en su punto. La reflexión culinaria tiene en mi caso un punto de partida inseparable de mi recorrido como persona: la cultura catalana. No me es posible desvincular nuestra cocina del recorrido antropológico, sociológico, político, histórico, artístico, filosófico, literario y costumbrista del conjunto que define las formas de vida de mi país.

Me expreso mejor en la cocina al igual que hablo mejor mi idioma materno, el catalán. Y encuentro motivaciones cuando puedo transmitir a través de la cocina unos sentimientos a menudo inexplicables, siempre profundos, en lo que coincido con profesionales de toda Europa que viven su oficio con rigor y auténtico sentido crítico. Amar la cocina es aceptar un legado histórico que es patrimonio colectivo para transmitirlo a las futuras ge-

neraciones totalmente renovado y vivo, reconocible y actual. No se trata de buscar como si fuéramos unos arqueólogos entre recetarios; el gran reto es conservar para progresar y entender para comunicar.

La cultura también se cocina

La cocina es cultura: esta frase sirvió de eslogan reivindicativo de los cocineros y cocineras para hacerse oír en los años ochenta del siglo pasado, en un entorno donde la recuperación de las libertades democráticas se vivía como un gran cambio político, social, económico y, por supuesto, cultural. Como dijo Faustino Cordón, cocinar hizo al hombre. La evolución cultural es indisociable de la evolución culinaria, empezando por el dominio del fuego y las fuentes energéticas, los utensilios y los ingredientes necesarios para la elaboración de productos culinarios. La naturaleza supo proveernos de olivares y olivas; nosotros, de aceite. Si Dios hubiera querido que en el mundo se pasara hambre, no nos hubiera dotado de inteligencia. Por eso podemos decir que la cultura es comestible o no es.

Reivindicar que la cocina es cultura podría parecer estúpido si no se conociera el estatus de la cocina profesional de hace algunas décadas. El origen social de los cocineros y el servilismo del personal de sala en los comedores de otros tiempos permiten comprender por qué el mundo universitario, intelectuales y artistas se alejaron de los entornos menos valorados de la propia cultura, como es el caso de la cocina. La cocina como costumbre, práctica, expresión de la manera de ser tanto colectiva como individual es una manifestación de las distintas sociedades a lo largo de toda su historia. Saber qué comíamos antes y lo que co-

memos ahora es básico para realizar un estudio antropológico o sociológico que nos permita saber cómo era y cómo es nuestra sociedad.

De todos modos, la situación cultural pasa por momentos de confusión y de gran revuelo. Basta una mirada a la reciente presencia de la cultura catalana en la Feria de Fráncfort 2007 para confirmarnos que hoy la cultura sin ruido mediático es un reducto para estudiosos, sabios y élites escogidas del pensamiento intelectual y artístico. Hoy la cultura se suele reducir a un conjunto de objetos físicos que pueden poseerse (DVD, CD, obras de arte) en lugar de un sistema de valores, ideas y conceptos que nos permiten soñar y especular.

El concepto de cultura es revisado constantemente. «Las universidades, aquellas instituciones destinadas a cultivar el más alto saber, se han convertido en un nivel de segundo bachillerato con la misión de distribuir en el mercado laboral.» Eso es por lo menos lo que afirman Albert Mestres y Trinitat Gilbert, antigua directora de la revista *Descobrir Cuina*, en la presentación del libro *El (des)crèdit de la cultura*: «Todo parece reducido al ruido de la música de discoteca, la estética del grafiti y la filosofía de la divulgación». En una frase de Georg Steiner, «prácticamente de la noche a la mañana, la libertad reclamó su derecho inalienable a la hamburguesa». El lamento por la falta de grandes figuras en los campos de las artes plásticas, la música, el pensamiento e incluso la literatura es constante. Pero ¿se trata de una percepción o es una realidad?

Con tanta confusión, la consideración de la cocina como cultura llega tarde y mal al mercado del ocio. El efecto global, el consumo de productos inmediatos de clara influencia anglosajona, la machacona presencia en los medios de comunicación de los cocineros más famosos, la sobreexplotación literaria y la aparición

de recetarios banales, incoherentes, incompletos, erróneos y a la postre ridículos están saturando un mercado que busca en la cocina los valores de un gusto identitario que ya no volverá a recuperar porque el mundo gira al revés.

Verdad es que democracia y alta restauración se han dado la mano en el terreno del ocio; hoy se dan menos barreras sociales para acceder a un restaurante de doscientos euros el cubierto, pero eso es porque, con el dinero en la mano, ya nadie es mal visto en el restaurante de más lujo de nuestros pagos. Si la cultura se reduce a unos objetos con precio y fecha de caducidad, es lógico que el dinero sea la vía de acceso universal y rápido a la gastronomía. Pero tener dinero no es lo mismo que tener cultura gastronómica, y ésta no se reduce, como decía en la Introducción, a la cúspide de la pirámide, es decir, a esos restaurantes de doscientos euros el cubierto.

A la cocina doméstica, la de familia, ya se le ha pasado el arroz. La mayoría en España come y vive según las pautas de comportamiento impuestas por la sociedad de consumo, que ya ha renunciado a la calidad. ¿Por qué y en qué la sociedad renuncia a la calidad? Pues porque a lo mejor *no le gusta comer*, como analizamos en el presente ensayo y porque la sociedad en su conjunto es apática y perezosa, desmovilizada por un sistema en que el ejercicio de las libertades individuales y colectivas se limita al derecho a voto cuando la gente es llamada a las urnas. El debate ciudadano es prácticamente nulo en ámbitos como el de la alimentación, y por eso los partidos políticos apenas conceden importancia al tema en sus programas: todos hablan de calidad de vida, pero sin concretar, mientras en muchos hogares la vida de familia se reduce a sentarse frente al gran oráculo televisivo.

Se cocina poco o no se cocina: en los últimos veinte años, según datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación,

en España el número de kilos de platos preparados consumidos por persona se ha cuadruplicado. El *Estudio sobre los hábitos de consumo de los alimentos congelados* que realizaron en 2003 la Unión de Consumidores de España (UCE) y diez empresas de alimentación, en Barcelona, Bilbao, Madrid, Sevilla, Valencia y Zaragoza, reveló que al 40 por ciento de los españoles no les gusta cocinar y el 49 por ciento dedica entre semana menos de una hora diaria al fogón. Las diferencias por sexos son sustanciales en este caso, dado que el 53 por ciento de los hombres dice que no le atrae guisar, mientras que entre las mujeres el porcentaje llega al 31 por ciento. Quienes menos problemas tienen a la hora de meterse entre los pucheros son los mayores de sesenta años (70 por ciento), frente a las personas con edades entre dieciocho y treinta años (50 por ciento).

Por ciudades, los que más tiempo dedican a diario a cocinar son los sevillanos y valencianos, aunque el fin de semana son superados por los zaragozanos. En el lado opuesto se sitúan los bilbaínos, dado que sólo un 7 por ciento dedica más de una hora entre semana a guisar y sólo el 1 por ciento pasa más de cuatro horas entre los fogones durante el fin de semana.

Los informes del mismo ministerio ya apuntaban en 1999 una serie de tendencias en el consumo alimentario en España que desgraciadamente se han confirmado. Entre ellas, el hecho de que los miembros de la familia ya no se sientan juntos para comer y los productos industriales dominan la despensa, la nevera y el congelador. El sobrepeso de las personas aumenta año tras año como prueba evidente de que algo estamos haciendo mal: el 16 por ciento de los españoles de entre veinticinco y sesenta años son obesos, mientras que en Estados Unidos la población obesa ya representa el 25 por ciento del total, sin que la tendencia parezca invertirse, sino todo lo contrario.

En contrapartida, cada día son más los canales televisivos que programan espacios dedicados a la cocina, y el aluvión de libros de cocina que invade librerías y hogares resulta apabullante; tal invasión doméstica acaba por desbordar la despensa mental de un público que no puede asimilar tanto magisterio culinario. Tanto es así que ya no hay *best sellers* culinarios, salvo contadas excepciones, como los libros de Karlos Arguiñano, porque el mercado está cada vez más repartido: de los 945 libros de cocina publicados en 2004 en España, hemos pasado a 751 en 2007. Hay quien sostiene que, cuantos más programas de cocina se emiten y más libros de cocina se publican, menos tiempo real se dedica a cocinar. Lo cierto es que el auge de los programas y los libros de recetas se explica también por la pérdida de la transmisión oral del recetario tradicional, sobre todo de madres a hijas. Por otra parte, libros y programas televisivos de los que pueden derivarse más libros y DVD constituyen objetos culturales de consumo, en la línea que ya apuntábamos: hoy la cocina es cultura de masas convertida en negocio.

La pérdida cultural que conllevan estas circunstancias es real, ya que, como decíamos, los referentes tradicionales han sido sustituidos y, en consecuencia, las cocinas, modificadas; grandes platos están entrando en el baúl de los recuerdos: la *escudella i carn d'olla*, por ejemplo, plato emblemático de la cocina catalana, se elabora hoy en contados hogares (cada vez menos numerosos) exclusivamente el día de Navidad o se come directamente en algunos restaurantes, mientras que un gran guiso de la cocina burguesa de Barcelona, la zarzuela de pescado y marisco, prácticamente ha desaparecido tanto de las cocinas domésticas como de los restaurantes. La tradición culinaria no sólo está ausente de las escuelas, sino que entre los profesionales se ve a menudo ridiculizada con calificativos como *obsoleta* y *anticuada*.

Según varias encuestas y estudios recientes, a día de hoy, los diez platos más populares de la cocina española son la paella, el gazpacho, la tortilla de patatas, el cocido, la fabada, el marmitako, el pulpo a la gallega, el cordero asado, el pisto manchego y las migas. Ahora, pido a los lectores que intenten recordar cuál fue la última vez que prepararon en casa uno de estos platos. Teniendo en cuenta que el gazpacho y los caldos en tetrabrik, las tortillas de patatas y las paellas precocinadas, la fabada de bote y lata, el pulpo en lata, el pisto en bote, en lata o congelado y un largo etcétera de productos antaño tradicionales pueden encontrarse hoy en cualquier supermercado por obra y gracia de la industria agroalimentaria; que los asados en bolsas al vacío (cordero, cochinitillo y demás) han hecho su aparición en las tiendas especializadas; y que el cordero asado, el marmitako y las migas suelen comerse más en restaurantes que en casa, cabría preguntarse, una vez más, si estamos asistiendo al declive de la cultura culinaria española popular.

La renuncia a la tradición culinaria me pone a mí personalmente en una situación incómoda, porque me deja en un espacio profesional de gran soledad. La ignorancia sobre la ejecución de las recetas propicia su abandono, y por ello la tradición se recibe con incompreensión y desdén crecientes. Yo entiendo que la tradición es inseparable de la sabiduría popular, que es una de las bases que dan cuerpo creativo a mis platos. Para mí, rescatar y actualizar tradiciones en una época donde prima tanta novedad por la novedad puede ser un acto revolucionario.

Es cierto que en toda la península Ibérica existen gran cantidad de asociaciones gastronómicas, todas ellas amantes de la cocina ligada a su entorno, pero los medios de comunicación otorgan prioridad a la cocina de fusión, étnica y creativa, mientras que las cocinas populares, esencialmente cocinas de producto, cuya naturalidad se opone a ciertas estéticas, acaban por recibir

apenas elogios anónimos, ¡como si de la tradición no se derivara una fecunda y constante creatividad!

De casa al restaurante y del restaurante a casa

Nuestra sociedad moderna, con la incorporación de la mujer al mundo laboral y el desplazamiento de millones de personas diariamente del lugar de residencia al trabajo, ha provocado una auténtica revolución alimentaria. Los hábitos alimentarios de este principio del siglo XXI son radicalmente distintos de los de hace sólo un cuarto de siglo. Los comedores públicos no son sólo un lugar de excepción para las grandes ocasiones; al igual que las fondas o posadas de antaño atendían a los viajeros de comercio cuando se empezó a modernizar el transporte, hoy la mayoría de la gente come en establecimientos de restauración pública.

Pero ¿qué es lo que se come? En principio, deberíamos restaurar nuestro cuerpo ingiriendo alimentos que nos aportaran de forma equilibrada suficientes sustancias energéticas, constructoras y reguladoras de la forma más saludable posible. La pirámide alimentaria que nos recomienda *comer poco* azúcar, aceite, mantequilla y margarina, *comer moderadamente* leche, queso, carne, aves, pescado, frutos secos, legumbres y huevos, y *comer frecuentemente* en las tres ingestas importantes del día cereales, pan, pasta, verduras y hortalizas, así como fruta, demasiado a menudo no se cumple. Pero, aunque la cumpliéramos, muchos de los productos que nos sirven en bares, restaurantes y comercios, así como muchos de los procesos de elaboración de los mismos, son de calidad insuficiente. Demasiada adulteración, demasiadas falsedades en los productos elaborados están consiguiendo confundir a la opinión pública.

La comida de casa de antaño, la familiar, es la que deberíamos encontrar en los restaurantes de diario, pero esto requiere profesionales adecuados, dinero para pagar la calidad de los productos y su elaboración y tiempo para cocinarla y comerla. Europa, en general, está adoptando las pautas de comportamiento norteamericanas, hasta el punto de que el país del mundo donde más comida preparada se consume es el Reino Unido; la industrialización de la comida es un hecho, como comprobaremos al analizar los productos en los próximos capítulos.

Cuando los dietistas recomiendan empezar el día con un buen desayuno, no les falta razón. Cereales, lácteos y frutas, así como respetar los horarios. Entrar en una deliciosa rutina horaria que nos pueda ofrecer una vida más agradable sería el mejor antídoto contra el estrés. Empezar el día con prisas, levantarse sin el tiempo suficiente para desayunar, es el peor ejemplo de cómo no deberíamos comportarnos.

Un almuerzo con verduras, carne blanca o pescado a la parrilla, así como ensalada de frutas, sería lo más prudente, pero ¿saben ustedes lo difícil que es encontrar verduras bien elaboradas en los restaurantes? ¿Sabemos realmente lo que cuestan 200 gramos de pescado fresco de costa tipo dorada, pagel o rape? Personas exigentes, amantes de los productos de mercado, tienen muchas dificultades para encontrar una cocina de cada día, cuya simplicidad les permita comer a gusto. Por un lado, los platos bajos en calorías y de fácil digestión, si no se elaboran con una exquisita sensibilidad, son platos con un exceso de razón y sin emoción, sin sabor, tristes y vacíos. Por otro, se corre el riesgo de que, en el día a día, la gente se vea obligada a comer rápido, casi sin sentarse a la mesa, procurando ahorrar dinero, una apremiante necesidad cuando los salarios están bajo mínimos.

Al entrar en más de un restaurante de menú de mediodía, el olor

penetrante a guisote recalentado y mal acabado puede acabar con el apetito de un gastrónomo. En realidad, muchos de ellos sonseudorrestaurantes, franquicias cuyos platos se elaboran en centros que cocinan con métodos propios de la gran industria. Platos aparentemente artesanos, vendidos como bacalao con *samfaina* o albóndigas al estilo de la abuela están llenos de conservantes. El deseo de muchos comensales sería comer una verdadera comida casera, sobre todo quienes recuerdan la cocina de su propio hogar, o sea, que tienen referencias bien claras. Los jóvenes, que carecen de dichos referentes, buscan los lugares a menudo por afinidad estética, por encontrarse con los de su generación o simplemente por gusto; un gusto muy discutible, eso sí, que suele estar acompañado de una música *tecno*, tan artificial como la comida.

Los comportamientos y los contenidos en las mesas públicas están influyendo en la vida doméstica; *comemos como vivimos*, con mucho desorden y con exceso de comodidad, lo que se traduce en una gran apatía. *Vivimos sin movernos*; la televisión, internet, los vídeos... están ocupando gran parte del tiempo de ocio. La cocina se resiente: es lo que yo llamo la cocina de la pereza, cuyo símbolo es el microondas. El *fast food* domiciliario está asegurado, y, con él, la homogeneización y el consiguiente empobrecimiento del gusto, de modo que resulta imposible diferenciar la cocina doméstica de la cocina pública.

Para muchos, cocinar en casa es algo reservado para las grandes ocasiones y para los fines de semana. La cocina doméstica elaborada y presentada por los jóvenes tiene una estética casi profesional, porque sus referentes son las imágenes de platos de cocineros profesionales que han visto en la prensa, la televisión o internet. En casa se consume muchísima conserva, grandes cantidades de productos envasados, congelados, pastas elabora-

das, bollería llena de grasas y variadísimos snacks repletos de productos químicos artificiales. El gasto en campañas publicitarias institucionales a favor de comer ligero y sano no es más que una ínfima fracción de lo que invierte la gran industria alimentaria en la promoción de sus productos, que nos acercan a un estilo de vida que no es el nuestro, con lo que se cumple lo que en su día escribió Eric Schlosser en *Fast Food. El lado oscuro de la comida rápida*: «Nuestras naciones, a través de su dieta, dicen hoy más de cómo son que su arte o su literatura». Nuestro territorio se ha transformado a tal velocidad que nuestro paisaje es el resultado de cómo comemos y qué comemos. ¿Quieren un ejemplo de velocidad? Piensen en el AVE, no en lo que ha tardado en llegar a Barcelona ni en lo que tardará en llegar a la frontera con Francia, sino en algo aparentemente tan sencillo como los aperitivos que sirven en el AVE para acompañar a las bebidas que se ofrecen a los pasajeros de la clase Club:

Cóctel de maíz y cacahuets fritos, habas fritas y garbanzos tostados y productos de aperitivo fritos con sabor a barbacoa.

Origen: España, China, Argentina, Perú y Turquía.

Ingredientes: Maíz, cacahuete repelado, cacahuete con piel, aceite y grasas vegetales, habas, garbanzos, aroma de barbacoa, sal, potenciador del sabor (E-621, E-627, E-631 y E-635), acidulante (E-330), colorantes (E-160c, E-160b, E-110, E-102) y antioxidante (E-306). Contiene trigo y leche. Puede contener frutos secos.

Ya lo ven: no sólo no se debe confundir la velocidad con el tocinno, sino que tampoco tenemos que confundir la alta velocidad con los frutos secos.

Cocinas sin patria. Cosmopolitismo o patriotismo

La globalización está acercando, moviendo productos y personas de un lado a otro del planeta. Fomenta el gusto por conocer otras culturas, cómo viven, qué comen. Esta novedad se acepta en un ambiente favorable a la diversidad, real y conceptual. Lo diverso hoy vende. En general, los ciudadanos se encuentran bien cuando se elogia su cosmopolitismo; son seres humanos, ciudadanos del mundo. En una demostración de su mente abierta, renuncian a las fronteras, a la noción de patria, al lugar de nacimiento. El cosmopolita consciente actúa en democracia de forma directa, y participa de la vida local y acepta las entidades locales como una riqueza de pluralidad.

Al patriota le encanta reconocerse en su propio país, con un sentimiento de orgullo de pertenencia a una tierra, y se identifica con los valores culturales de su patria, entre ellos su cocina. El patriotismo no debe confundirse con nacionalismo; este último siempre busca ordenarse jurídica, económica y administrativamente. El patriotismo está por encima, nace en el ser humano antes que la necesidad de formar gobiernos. La patria es soberanía de territorio y de personas. La globalización tiene un sentido contrario al patriotismo. Cosmopolitismo es universalismo, y esto da prestigio; ser patriota en Europa lo resta. El filósofo Norbert Bilbeny publicó *La identidad cosmopolita*, donde recorre «los límites del patriotismo en la era global» y donde apunta que «el orden de la modernidad busca una justificación cosmopolita». Bilbeny se pregunta: «¿Qué hay de malo en tener apego a la tierra natal o a cualquier otro lugar? Tenemos derecho al hogar y a celebrarlo. Este patriotismo doméstico puede no gustar a algunos, pero la mayoría lo admite, incluso muchos cosmopolitas, que quieren acabar sus días en el lugar donde crecieron. [...] Ser cos-

mopolita hoy exige salvar algún patriotismo y rechazar cierto cosmopolitismo. Si no se comprende el hecho del patriotismo doméstico, se es un mal cosmopolita».

Frente a los fenómenos globales, la cocina vive una época de declive inversamente proporcional al negocio que genera, gracias a la cultura de la franquicia que impera en los grandes espacios públicos, como los aeropuertos, o a la próspera industria del cáterin, que invade incluso las escuelas donde comen nuestros hijos. Estamos en un momento clave para que afloren nuevas ideas que nos permitan corregir ciertos vacíos. Necesitamos de artistas y científicos que nos enseñen caminos nuevos o redescubran caminos viejos con la esperanza de encontrar entre el nomadismo un pensamiento que divise un mundo mejor. El cosmopolitismo bien entendido es el del viajero, no el de los cocineros. No se trata de cocinar a la japonesa en el valle del Jerte porque eso sea cosmopolita; craso error: el verdadero cosmopolita es el viajero que decide disfrutar de la cocina del valle del Jerte sin imponer las preferencias de su cultura de origen. El cosmopolita escoge, el patriota reafirma. El cosmopolita es el que escoge ser patriota en tierra extraña.

Ser ciudadanos abiertos es impregnarse de lo local hasta convertirlo en un lenguaje universal, o sea, apto para ti mismo. Las cocinas étnicas desplazadas no representan ninguna cualidad cosmopolita. En el mundo las personas más cosmopolitas se adaptan al territorio escogido, mentalidad abierta y cooperante en un mundo donde las acciones son internacionales, sin ceñirse sólo a la defensa del medio ambiente. Se impone de una forma natural un diálogo entre cocinas, resultado en parte de la ampliación de conocimientos de los cocineros, pero al mismo tiempo en clave de defensa allí donde aún hay culturas autóctonas, cocinas que resisten a la uniformización y con cuyo mantenimien-

to podemos ayudar a preservar la necesaria y enriquecedora diversidad cultural y, en consecuencia, culinaria.

Las cocinas locales jamás habían sido tan cosmopolitas como hoy, al tiempo que son el resultado de un patriotismo a menudo inconsciente, espontáneo, donde la defensa de lo propio es a la vez un ejercicio de generosidad para con los demás. ¿Acaso no ofreceremos a nuestros invitados lo mejor de nuestra despensa, lo mejor de nosotros mismos convertido en símbolo alimentario? Recibir en casa, mostrar tu espacio más íntimo, es dar a los demás una prueba de afecto que en nuestra civilización pasa por ofrecer una gustosa comida local.

In vino veritas

Decía el escritor colombiano Héctor Abad que su oficio, «si es que yo tengo alguno, es el antiguo e impreciso vicio de pasear los ojos por las letras; lector». Bonito oficio también el de pasear los alimentos por el paladar, para dictaminar. A estas personas se las llama catadores.

Los hay especializados en café, destilados, saborizantes químicos, incluso aguas. Son personas con cualidades increíbles, casi saben describir texturas del aire. Conocí en una ocasión a una catadora de vinos de un olfato tan prodigioso que, siguiendo el rastro de madera de unos viejos toneles bordeleses, describía las notas de un vino rancio con una riqueza de matices que conseguía contagiar a los presentes su euforia al encontrar en el vino lo mismo que ella les describía. La señora sabía literatura y podía transmitir sensaciones con sus palabras. Los catadores, cuando hablan en público, lo hacen con lirismo, se muestran como encantadores de serpientes, la mirada se les vuelve felina y sus manos ges-

ticulan como una diva que extasía de emoción a su público y lo somete al poderío de su voz. Los catadores inventan, remueven en la profundidad de los sentidos hasta provocar miradas en blanco y nos conducen a una «ternura idiota que se ahoga con jugo de mango», como diría Julio Cortázar.

También los hay discretos, silenciosos, que se limitan a tomar apuntes, sabiendo que el punto álgido del placer se da justo antes de consumarse, y en la comida se encuentra cuando se inicia su ingesta. Mucha es la prevención del catador para no ingerir, moverse en la antesala del placer, probar sin tragar o incluso escupiendo cuando se trata de bebidas alcohólicas. Tragar es una forma de destrucción.

A finales del año 2007, Atsushi Hashimoto, de la Universidad de Mie (Japón), inventó el primer robot catador de vinos. La máquina puede evaluar con exactitud el tipo de vino y sus ingredientes a través de un sofisticado sistema de infrarrojos, pero también si una manzana está madura, una taza de café tiene suficiente azúcar y si el queso está en su punto. Esta máquina se podría destinar a restaurantes que no cuentan con sumiller, o por lo menos eso es lo que nos anunciaron al presentar el artilugio. De todos modos, no creo que un robot tenga la chispa y la gracia de un catador, a menos que esté programado para que, entre cata y cata, cuente chistes.

Es muy probable que el catador y crítico de vinos más famoso e influyente hoy por hoy sea el estadounidense Robert Parker. Este abogado de formación, crítico vocacional, entusiasta de los cangrejos azules y las barbacoas en el campo, de origen campesino y aficionado al pantalón corto y a la *mountain bike*, publica cada año su lista de vinos en la revista *The Wine Advocate* —que, por cierto, no admite publicidad—, de la que se venden cuarenta mil ejemplares en el mundo. En todas las regiones vinícolas

de España aparecen noticias sobre las puntuaciones de Mr. Parker. En Mallorca están satisfechos porque el vino Jaume Mesquida Negre 2005 ha obtenido 90 puntos, los de Rías Baixas están excitados porque Parker ha catado nada menos que 47 vinos de su región, los de Navarra están encantados, los de Toro hicieron fortuna cuando el gurú vaticinó que en el año 2012 la DO Toro estaría al mismo nivel que Ribera de Duero o Rioja; no en vano el vino de dicha denominación Termanthia, de Bodegas Numanthia, obtuvo el 100 sobre 100, tras lo cual la bodega fue adquirida, según informa el periodista zamorano Celedonio Pérez, nada menos que por el grupo Louis Vuitton, léase también Moët & Chandon, Dom Perignon, Krug, Château d'Yquem y un larguísimo etcétera, que abonó una cifra astronómica

El sumiller también estadounidense Jonathan Nossiter, convertido en cineasta y escritor, fustigó a Parker en su polémico documental *Mondovino* (2004) y en su posterior ensayo, publicado en francés, *Le goût et le pouvoir* (*El gusto y el poder*, 2007), donde también arremetía contra quienes, a su juicio, globalizan el gusto, como el «asesino» del vino Michel Rolland, el enólogo estrella, asesor de más de 100 bodegueros del mundo —entre ellos, la familia Mondavi, productores de más de 100 millones de botellas al año—. Preocupado porque se está construyendo una sociedad de consumidores predecibles, estandarizados y carentes de ideas propias, Nossiter sostiene que el ciudadano global se ha convertido en el consumidor universal de todo aquello que sea simple y azucarado.

Nossiter comparte con Hubert de Montille, gran productor de Volnay, en Borgoña, y Aimé Guibert, del Languedoc, la denuncia del abandono colectivo y voluntario del gusto individual. Son muy críticos con los esfuerzos del márquetin y los periodistas especializados que los respaldan. Claro que Nossiter, en toda su ca-

rrera como sumiller y cineasta, nunca pretendió enseñar a hacer vino, sino defender un modo de vida, y por ello le inquieta la destrucción del «terroir» y las corrientes de pretenciosidad y esnobismo que rodean el vino.

Mientras tanto, Rolland ve el mundo del vino como un negocio y junto a Robert Parker, en una complicidad no escrita, dictan cuáles son los mejores de los 300 millones de hectólitros de vinos producidos en el mundo. Según sus criterios, los vinos tienen que ser afrutados, complejos y con carácter, que no es lo mismo que rústicos y elegantes, sobre todo elegantes. Por eso triunfan en nuestra aldea global los caldos californianos de Napa Valley e impera el gusto americano. Por suerte, la opinión de muchos aficionados sigue siendo que los vinos son para beber, no para catar.

Con los datos de consumo de vino del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación en la mano, alguien podría objetar que en España cada vez se bebe menos vino, pero es igual de cierto que el consumo de vinos de calidad entre 2002 y 2005 aumentó en España en un 8,2 por ciento, una cifra que casi compensa la caída de los vinos de mesa (10,6 por ciento). El renovado prestigio de los caldos españoles explica también el afán de distinción de los bodegueros, que siguen los ilustres precedentes de las cavas Codorníu, obra del arquitecto modernista Josep Puig i Cadafalch, la Real Bodega de la Concha de González Byass, proyectada por el celeberrimo Gustave Eiffel, y la Cooperativa de Pinell de Brai, del discípulo de Gaudí César Martinell: Frank Gehry es el arquitecto de las bodegas Marqués de Riscal; Richard Rogers, de Protos; Norman Foster, de Tionio; Rafael Moneo, de Chivite; y podríamos prolongar bastante más la lista. No sólo los arquitectos se han volcado sobre el mundo del vino: cantantes como Lluís Llach y Joan Manuel Serrat producen vino en la DO Prio-

rat. Cocineros como Manolo de la Osa, Jesús Ramiro, Adolfo Muñoz y yo también producimos vino. Incluso futbolistas como Hierro y Alcorta o multimillonarios como Juan Abelló se dedican a ello. Fuera de España, Francis Ford Coppola y Paul Newman elaboran caldos notables en sus fincas californianas.

Pero sobre el vino, incluido el español, penden otras amenazas, tan serias o más que la globalización de los paladares promovida por *The Wine Spectator*. El cambio climático es una de ellas, y seguramente obligará a modificar algunas de las variedades de nuestras denominaciones de origen, que no podrán resistir la falta de agua y el aumento de las temperaturas. Puede que tengamos que sustituir cepas de cabernet por syrah. ¿Tendrán que renunciar en La Rioja al tempranillo y en el Priorat a la garnacha? Para cuando esto ocurra, es muy probable que nuestras fincas vinícolas vivan más del enoturismo, el turismo asociado al vino, que del cultivo de la vid y la obtención del preciado líquido que, con el aceite de oliva y el pan, mejor simboliza la esencia de la cultura mediterránea.