LRV

Tras diez años ausente, Achero Mañas regresa a la gran pantalla con «Un mundo normal», que presentó ayer en el Festival de Málaga.
Pág.42

Aquel verano sin mascarilla
El actor Eduardo Rosa, de «La casa de las *flores*», *recuerda cuando cruzó* tres continentes en menos de diez días.
Pág.48

Ciencia
La estafa de la mente curando al cuerpo y otras mentiras sobre el placebo. ¿Cómo responde nuestro cerebro ante estos tratamientos?
Págs. 44-45

CROMOSOMA «BULLI» O LA GENIALIDAD DE SUPERAR AL MAESTRO

LOS «HIJOS» GASTRONÓMICOS DE FERRAN ADRIÀ –EDUARD XATRUCH, MATEU CASAÑAS Y ORIOL CASTRO– REIVINDICAN LA COCINA DEL CATALÁN Y TOMAN EL TESTIGO DE SU CREATIVIDAD. NOS SENTAMOS EN LA MESA DE «DISFRUTAR», EN BARCELONA, PARA DEGUSTAR SU NUEVA CARTA, EN LA QUE SE PUEDE PROBAR, POR EJEMPLO, UN CUCURUCHO DE SÉSAMO NEGRO COMO EL DE LA IMAGEN. LA «FINGER FOOD» SIGUE SU BUQUE INSIGNIA PESE A LAS MEDIDAS ANTICOVID

Págs.40-41

FRANCESC GUILLAMET

Los tres ex «Bulli» difrutan sin Adriá

EDUARD XATRUCH DIRIGE JUNTO A ORIOL CASTRO Y MATEU CASAÑAS DISFRUTAR (EN BARCELONA), EL NOVENO MEJOR RESTAURANTE DEL MUNDO, SEGÚN LA LISTA THE WORLD'S 50 BEST RESTAURANTS. SON POSITIVOS Y VAN A POR TODAS PARA REACTIVAR EL SECTOR. POR ESO, MANTIENEN LA ESENCIA DEL RESTAURANTE CON UNA OFERTA POTENTE Y DIFERENTE. LA CREATIVIDAD ES Y SERÁ SU ESTILO DE VIDA, AUNQUE VENGAN MAL DADAS

Por Tatiana Ferrandis
Fotografía de Miquel González/ Shooting

Los datos son tan demoledores como reales. La Covid-19 ha paralizado el mundo en pleno siglo XXI y se ha ensañado con el sector gastronómico. Hostelería de España, FIAB y AECOC han sacado del horno unas cifras difícilmente digeribles: el 19,6 por ciento de los negocios hosteleros no ha abierto sus puertas desde que terminara el estado de alarma el pasado 21 de junio. De ellos, un 45,9 considera que no hay demanda suficiente todavía para abrir, un 27,3 por ciento abrió y tuvo que volver a cerrar y un 26,8 ha decidido abrir a partir de septiembre. Por su parte, el 46 por ciento de los empresarios cree que la recuperación de las cifras anteriores a la crisis no se producirá hasta 2022 y cerca de un 40 piensa que habrá que esperar más. Aún hay más: la pérdida de empleos podría ser de entre 900.000 y 1,1 millones de puestos de trabajo y la facturación descender más de un 50 por ciento, con pérdidas de hasta 67.000 millones de euros.

Eduard Xatruch, Oriol Castro y Mateu Casañas, quienes fueran durante años mano derecha de Ferran Adrià, inauguraron Compartir (Cadaqués) y Disfrutar (Barcelona) tras el cierre de elBulli. Después de una sesión de fotos para inmortalizar a los tres genios de los fogones en el considerado noveno mejor restaurante del mundo, según el prestigioso ránking The World 50 Best Restaurants, Eduard desmiga con nosotros la situación en la que se encuentra la hostelería, la complejidad de mantener abierto un establecimiento, de alta cocina o no, en esta era post-Covid, y cómo la creatividad es y será su estilo de vida, aunque vengan mal dadas. «Preferimos jugárnosla y mantener la esencia del restaurante. Llegar hasta aquí nos ha costado mucho y vale la pena luchar. Si no ocurre un desastre, podremos sobrevivir a pesar de las pérdidas. Hemos pedido un ICO para soportarlas mientras esperamos volver a la normalidad cuanto antes», explican.

Clientes entregados

Las consecuencias del coronavirus se han sentado a la mesa: «Caminas por la calle y sólo ves locales cerrados. Los enfocados a los turistas y aquellos en los que es difícil mantener la distancia de seguridad están bastante tocados y hundidos. Antes de esta crisis sanitaria, España era un país, y esperemos que lo vuelva a ser, en el que a todos nos gusta socializar en los bares y en los restaurantes, lo que generaba un volumen de negocio muy importante. A esto había que sumar los turistas que nos visitaban. Sin embargo, ante las recomendaciones de quedarse en casa en Barcelona, la gente tiene miedo a salir», confirma Xatruch.

Con un equipo de 74 personas entre ambos locales, que ahora facturan un 35 por ciento menos que en años en los que el virus no existía, es consciente de que las pérdidas van a ser importantes. ¿Cómo salir victoriosos al ring? Preguntamos: «Con una oferta potente y diferente. Con un concepto claro y dando al comensal una sensación de seguridad y tranquilidad dentro de los espacios», asegura.

PARA ELLOS, EL COVID-19 HA CAMBIADO LAS REGLAS, PERO EL VALOR DE LA CREATIVIDAD ES EL MISMO

Eduard, Oriol y Mateu, reinauguraron Disfrutar el pasado día 15 de julio. Sí, completan el aforo que se habían marcado, dan de comer a entre 32 y 35 comensales en cada servicio. Sin embargo, la deseada lista de espera, ya no existe, ya que tras la noticia de los rebrotes en la Ciudad Condal han sufrido numerosas cancelaciones: «La gente vive con la incertidumbre de si va a haber un nuevo confinamiento o no. Si todo el mundo hiciera las cosas bien, no estaríamos hablando de ellos. Hasta el día que llegue la vacuna se deberían de cumplir a raja tabla ciertas medidas», prosigue. Eduard está feliz, porque «vienen a nuestra casa entregadísimos, a pasarlo bien y a olvidarse de los problemas. La experiencia es súper positiva y nosotros trabajamos muy cómodos. Muchas de las medidas higiénico-sanitarias ya la teníamos instauradas, excepto el uso de las mascarillas y el tomarnos la temperatura dos veces al día».

Ellos van por delante y son de los pocos que abren caminos gastronómicos. La creatividad es su estilo de vida, su modo de hacer. Decimos esto porque el pasado mes de octubre, lo que comenzó como un estudio interno, cuando aún el Covid-19 nos dejaba vivir, ha resultado ser clave para todos. Sí, fueron los primeros en entregar a cada comensal gel antes de comenzar a comer: «Observamos cuanta gente se lava las manos antes de sentarse a la mesa y el resultado fue que sólo lo hacía el 20 por ciento. En nuestra cocina el finger food es muy importante, por eso buscamos un proveedor que nos facilitara un gel que no

De arriba abajo, el pan aéreo de caviar, la coca-pizza sin harina, la versión de la gilda de los chefs y el pesto multiesférico con pistachos y anguila son sus grandes creaciones

Los chefs han diseñado unos ricos y divertidos «snacks», que aguantan unos días bien empaquetados para saborear en casa

reseque las manos y sin olor alguno». Si los chefs se protegen con mascarillas personalizadas, quienes cuidan a los comensales en la sala y mantienen con ellos un tú a tú, se cubren con unas pantallas transparentes, ya que «la expresión de la cara es importante. Los ojos trasmiten la emoción de una manera transparente. Ahora, nos miramos más a los ojos y éstos son más difíciles de falsificar. Es cuestión de acostumbrarnos, porque es chocante no ver la expresión del camarero al explicar el plato», continúa Eduard.

Comerse hasta la etiqueta

Para él chef, el buen trato es fundamental para que todo el mundo se sienta como en casa: «Con el buen hacer y el buen trato, la mascarilla quedará en segundo plano». Un apunte: el comensal encuentra en la mesa un sobre para guardarla durante la experiencia. Asimismo, desde hace un año, Disfrutar cuenta con una persona que limpia el cuarto de baño cada vez que sale alguien, emplean nuevos productos para higienizar las superficies y con una alfombra desinfectante en la entrada. El personal ha recibido formación para saber aplicar las normas y cada uno se sienta en la misma silla durante la comida de la familia. Incluso, los clientes acceden de manera escalonada, lo mismo que las mercancías.

Sobre la filosofía entre fogones, dice, es la misma que antes de que nos acechara el dichoso virus: «Durante el confinamiento nos preguntaban si nos habíamos planteado reducir los menús. Sin embargo, la decisión tomada es la natural. El Covid ha cambiado las reglas, pero el valor de la creatividad es el mismo y hace falta disfrutar de la gastronomía para recuperar la normalidad», insiste.

Así, si los comensales iban, van y repetirán en esta gran casa por su propuesta personal, ellos invierten en creatividad de una manera ilusionante. ¿Últimas propuestas? Inspirados en las tortas de anís clásicas, diseñan una de idiazábal con una textura súper aérea, ligera y crujiente, que el comensal saborea con su papel y etiqueta. También, los suflados de queso parmesano, mientras que con la máquina O'cco andan liados con un sofrito de tomate súper intenso con el que han ideado un vino de aguja con todo el sabor éste. Creatividad, innovación y honestidad.

INNOVACIÓN EN UNA CAJA

La propuesta se compone de cuatro menús: dos compuestos por platos clásicos, en su versión larga y corta, lo mismo que los formados por creaciones nuevas (155 y 195 euros), además del personalizado para los clientes repetidores: «La idea es no dejar de ofrecer bocados nuevos para que vuelvan». El panchino relleno de caviar beluga, la tatin multiesférica de maíz y foie, el candy salado de nueces con mango, haba tonka y whisky y los pimientos de chocolate, aceite y sal son algunos de los platos clásicos, mientras que entre los nuevos destacan el huevo a la carbonara con setas y trufa de verano, el pichón marinado con kimchi, lechuga y huevas de salmón y la innovadora coca-pizza sin harina. Los tres «petit fours» que llegan con el café también son unos recién llegados a descubrir, lo mismo que una caja para dos personas (59 euros), que diseñaron durante la cuarentena y acaban de lanzar. Incluye diez «snacks» salados, sorprendentes y divertidos, que aguantan durante unos días bien empaquetados, para armonizar con cuatro cócteles. Creatividad e innovación en estado puro. Ejemplos son el polvorón de tomate con caviar de aceite de oliva, los merengues ligeros de remolacha con yogur, unos candis salados de cacahuete thai y los barquillos de maíz: «Es una forma de llegar a la casa del comensal con algo que tuviera sentido», explica Eduard.