

El pan marida crujiente, fresco y recién horneado

Proponen la creación del 'pannier', un asesor sobre el disfrute del producto

ELENA SOLERA Madrid

El creciente apego a la gastronomía no ha afectado todavía a uno de los alimentos fundamentales de la dieta mediterránea y europea. Un producto que no falta en ninguna mesa y sin el cual muchos se negarían a empezar con el almuerzo. El especialista en pan Francesc Altarriba asegura que el paso definitivo de los restaurantes españoles hacia la alta gastronomía se debe a que los chefs se preocuparon de que cada producto llegara al comensal en óptimas condiciones, una forma de actuar que, desde su punto de vista, no se ha trasladado al pan.

"Nuestra visión actual de la gastronomía consiste en observar todos los productos no solo desde el punto de vista de la alimentación sino el del disfrute", afirma el experto, "y esto pasa con todos los alimentos menos con el pan".

La razón de que a la otrora estrella de la dieta mediterránea se le preste tan poca importancia estriba, según la opi-

nión de Altarriba, en que ni en nuestro país ni en otros lugares del mundo existe una cultura del pan. "No hay otro producto alimenticio que se deje al aire libre sin que para nosotros signifique un trauma", indica el experto, quien añade que el pan es un producto vivo que absorbe todo tipo de olores, sabores y humedad, por lo que la conservación en estas condiciones impide apreciar todas sus cualidades. Altarriba indica, asimismo, que en los establecimientos de restauración no existe el equipamiento necesario para ofrecer un pan de calidad a los comensales.

Desde su punto de vista, es la pescadilla que se muerde la cola. Los nuevos hábitos de consumo hacen que cada vez se tome menos pan. Al caer el consumo, los productores ganan menos y recortan los costes de fabricación, principalmente a través del uso de materias primas de menor calidad. Y esto redundará en que cada vez disfrutemos menos del producto. "Nadie consume algo que le deja indiferente", zanja.

Por ello, Altarriba, que ha asesorado a importantes restaurantes y cadenas en relación con el pan que deben ofrecer, reclama la creación de una nueva figura en los restaurantes de alta cocina que vele por la calidad del pan servido en el establecimiento y su maridaje



Barritas de pan de distintas especialidades dispuestas para su consumo en un restaurante.

Su consumo se reduce de forma progresiva

Variación de materia prima (trigo, centeno, cebada, maíz, arroz y multicereales), infinidad de formas (hogaza, baguette, pistola, mollete, colón, de picos y trenza) y un método de fabricación admirable de tan sencillo. Sin embargo, el pan ha dejado de seducirnos.

Según los datos del Ministerio de Medio Ambiente, Rural y Marino (MARM), los españoles tomaron 141 millones de kilos

de pan en abril de 2010, el último mes para el que existen datos, lo que representa un 10% menos que el mismo mes de 2009. El gasto que realizaron en este concepto se redujo un 12% en dicho mes, hasta los 330 millones de euros.

El consumo de pan se ha situado por debajo de los 40 kilos por persona y año, mientras que en los años setenta era superior a los 80 kilos por persona.

con el resto de alimentos elegidos por el cliente. Al igual que el chef procura escoger alimentos en óptimas condiciones, que el sumiller vigila la calidad de los vinos y que el jefe de sala procura un servicio excelente, el *pannier* podría convertirse en el adalid del buen pan dentro de un gran restaurante. "Como en todo, en este asunto son necesarias las personas", indica Altarriba, que precisa que solo un profesional sería capaz de dar la "distinción" necesaria a este producto.

Altarriba, que presentó su propuesta en el transcurso de la feria de equipamiento de hostelería Hostelco, que tuvo lugar a principios de noviembre en Fira de Barcelona, imparte en estos momentos cursos monográficos en diferentes escuelas de cocina, con el objetivo de concienciar a los estudiantes sobre las ventajas de contar con un especialista en pan en un restaurante.

En definitiva, ¿qué sería de una salsa estúpida si no se pudiera hacer *barquitos* con ella? Pues la verdad es que muy poquita cosa. Desde luego, y con todos los defectos del pan actual, sería mucho más complicado convencer a los niños de que tienen que acabarse el plato.

"No se consume lo que te deja indiferente"

La Rioja reivindica su poderío vinícola

Las bodegas defienden su forma de hacer vino

PAZ ÁLVAREZ Madrid

Que nadie piense que los vinos de La Rioja quedaron obsoletos. Es la región con mayor tradición vinícola en España. Las bodegas del Barrio de la Estación (Haro), donde se encuentran Muga, López Heredia, CVNE o La Rioja Alta, todas ellas centenarias, no están dispuestas a que nadie las margine dentro del nuevo mapa vinícola, en el que cada vez surgen nuevas y sorprendentes denominaciones de origen.

Son bodegas tradicionales, de corte clásico, pero asegu-

ran que van con los tiempos. "Nos ven como inmovilistas, pero nuestros vinos han cambiado en función de los gustos de los consumidores. Hemos ido evolucionando pero no lo hemos sabido explicar", asegura Julio Sáenz, enólogo de La Rioja Alta.

Saben que pertenecen a una estirpe avalada por una forma de hacer vinos con más de cien años de tradición. "Cualquier bodeguero con conocimiento agrícola del siglo XXI debería tener nociones de lo que hacían nuestros antepasados, cuando la tecnología no existía",

sostiene María José López, directora de la bodega López Heredia. Defienden que a lo largo de los años han sabido rectificar e innovar. "Llevamos toda la vida desarrollando la cultura del vino, diferente a la que se hace ahora pero que también hay que valorar", matiza Jorge Muga, director técnico de Bodegas Muga.

Como apunte de los cambios realizados en los últimos años, señala este bodeguero que no han tenido inconveniente en cambiar el tipo de roble en el que envejece el vino. "Antes era cien por cien



Una muestra de los vinos de Rioja catados esta semana en Lavinia.

americano, y ahora nos gustan más los robles europeos. La ciencia es conocimiento y nos enseña qué podemos mejorar, conservando siempre nuestra esencia", prosigue Muga.

Algo de lo que están orgullosos estos bodegueros es de haberse mantenido fieles

a sus tradiciones, que han ido pasando de generación en generación. Así, por ejemplo, en Muga se sigue clarificando el vino con claras de huevo.

"Llevamos 130 años en el Barrio de la Estación y elaboramos el vino sin nada de mecanización, de forma ar-

tesanal", dice María Urrutia, directora de CVNE. Además tienen en su haber, y lo guardan como si fuera un tesoro, auténticas joyas, como son caldos con más de 50 años de vida. Una muestra de ellos, de los años sesenta y setenta, se cataron esta semana en la tienda de Lavinia en Madrid, donde se pudo comprobar la evolución de estos vinos, con seis o siete años de crianza en barricas viejas. "No todos tienen vinos con tanta antigüedad, con tanto conocimiento y con los que podemos aprender", afirma Guillermo Aranzabal, director de La Rioja Alta.

A pesar del camino recorrido, queda mucho trecho por delante, además con numerosos competidores en la arena. Pero no hay que olvidar que La Rioja "es la memoria" vinícola de este país, asegura la directora de producto del grupo Lavinia, María Luisa Bayols.