

ESPECIAL GASTRONOMÍA

# Comer con los ojos

**La revolución de la cocina de Perú no es culinaria: es estética. Y no ha transformado el aspecto de unos platos, sino la autoestima de un país**

SANTIAGO RONCAGLIOLO 29 OCT 2015

El chef **Jorge Muñoz** está inclinado sobre una muestra que han traído para su aprobación. La estudia con ojo clínico, por un lado y otro. La piensa. Y finalmente sentencia:

–No me gusta. No cuenta una historia.

Muñoz, un peruano que lleva [15 años en Barcelona](#), dirige Pakta, el peruano-japonés que este año estrena estrella Michelin. Pero lo que ocupa sus sentidos ahora mismo no es un *mochi* (un [pastel](#) de arroz glutinoso) de chantillí a la vainilla y fresas o unas patatas suflé, ni ningún otro de los 35 manjares que sirve en su menú. Lo que Muñoz mira, con actitud de crítico de arte, es una escultura de cerámica marrón, una figura rectangular con ángulos, como una nave espacial de juguete.

Me toma varios minutos entender que se trata de un plato.

Y varios minutos más entender por qué demonios debe contar una historia. –Lo que ofrecemos es más que una cena: es una experiencia para todos los sentidos –explica el chef–. Y el primero por donde entra la comida es la vista. Así que cuidamos todos los detalles visuales, incluso los que no son gastronómicos. Nos reunimos con cristaleros y ceramistas, les explicamos nuestras ideas y ellos diseñan vajillas. La cocina ya no está solo en la cocina.

En su restaurante, el concepto visual es natural y paisajístico, con alegorías [de Perú y Japón](#). Una de las vajillas representa la ciudad sagrada de Machu Picchu en cristal blanco, y las salsas se derraman al centro, entre los pliegues de las montañas. Otra, para alimentos secos como panes y *sushis*, tiene forma de hoja de bambú. Hay un recipiente especial para servir una leche de tigre que descubre una almeja. Los diseños llegan a costar 600 euros por 20 piezas y es posible que no se vuelvan a usar, porque están pensados específicamente para cada plato.

–Aunque intentamos reutilizarlo todo –asegura el chef–. La casa es grande, pero no tanto.

Muñoz también me muestra su cuaderno personal: un bloc de dibujo lleno de colores chillones, naranjas y verdes. Y explica:

–Cada semana tenemos una reunión de creatividad con el equipo y trabajamos en el aspecto de lo que serviremos. Por ejemplo, ahora estamos pensando en un postre: tierra de chocolate con anís, fresas bañadas en jugo de fresas, crocante de té verde con chocolate blanco, que colocaremos como si fuesen ramitas, y nata montada de leche de soja con miel de azahar.

Formaremos un paisaje en el plato y lo dispondremos para que el cliente pueda agarrar las fresas con la mano, que es lo más natural.

En el espacio de servicio del restaurante las paredes están empapeladas con dibujos como esos, en los resulta imposible distinguir los ingredientes: uno de ellos parece un fantasma pecoso amarillo. Otro, una serpiente retorcida sobre un suelo marrón. Un tercero, una especie de cápsula de Nespresso roja. La única vez que creo reconocer algo es ante un barquito lleno de frutas, pero resulta que eso precisamente es un [ceviche](#). Como los cuadros abstractos, estos dibujos representan cosas que no existen en la realidad, fantasías plásticas de mentes creadoras que quizá ni siquiera se lleguen a materializar.

Todo el mundo es peruano. En los recuerdos de mi infancia limeña, la comida no era precisamente bonita. Mi madre sufría para que me comiese el caucáu de mondongo, un guiso de barriga de vaca que parecía un extraterrestre descuartizado. O la patita con maní, una pezuña de cerdo con todo y uñas bañada en salsa marrón. O el locro, un espeso pantano de zapallo del que ni el nombre era estético. El sabor era bueno, pero el aspecto no.

[La peruana](#) –como otras grandes cocinas– fue creada por pobres para disimular la escasez. El ají de gallina era una solución práctica para poder comerse a las gallinas viejas y flacas: muy hervidas y deshilachadas. El chaufa era la comida de los esclavos chinos: arroz con sobras. La causa limeña era tan fea que se la daban a los soldados de la independencia y les rogaban que se la comiesen “por la causa patriótica”. En lo que sería una aberración para el paladar mediterráneo, muchos platos peruanos juntan arroz y patatas. Eso es lo que haces cuando no hay carne.

Además, se trata de una cocina extraordinariamente intensa, incluso agresiva. He visto a gente en Perú comiendo con pañuelos para secarse las lágrimas que les produce el ají (guindilla). Y eso les parece divertido (a mí también me parece divertido). En cambio, hace años, cené en un peruano de Madrid un plato llamado picante de conejo. Para que no cunda el pánico entre la clientela española, la carta aclaraba entre paréntesis: “No es picante”.

Nuestra cultura del exceso se extiende por todos los territorios posibles: un coctelero me cuenta que la cantidad de pisco (aguardiente de uva) que se sirve habitualmente en una copa en Perú –tres onzas– es un 50% mayor que en otros países, y para compensar todo ese alcohol también se pone más azúcar. Lo mismo ocurre con las grasas: los comensales españoles no suelen saber que, en el reino natural, las vieiras tienen una glándula roja llena de delicioso colesterol que los europeos descartan... y que los peruanos preferimos gratinar en queso.

Hoy, en los restaurantes de Barcelona, todos esos platos han pasado por un *lifting*. O directamente por un cirujano plástico. El sudado del Tanta es un discreto filete de pescado rodeado –no anegado– por un caldillo de ají y yuca. A pocas calles de ahí, en el [Ceviche 103](#), puedes comer ostras con salsa de maracuyá, espuma de leche de tigre y boniato seco diseñadas por un cocinero invitado de Londres. Cuando pregunto a los chefs peruanos cómo es su restaurante, nunca me explican qué platos sirven. En vez de eso, me hablan del “concepto”, como si fuese una instalación artística.

–La cocina mexicana cometió un error: comenzó con las cantinas, eso se popularizó, y se dejó ahogar por el *tex mex*. La peruana ha hecho todo lo contrario: se está internacionalizando desde la alta cocina, de arriba abajo. La cocina peruano-japonesa, por ejemplo, es nueva. Yo no comía eso en el Perú de los ochenta. Fue inventada para ser *fashion*, para ser *top*, para vender internacionalmente.

Quien habla es el peruano Nicky Ramos, chef de The Market. Hace tres años, su local era un kebab propiedad de iraníes-suecos. Los dueños decidieron girar hacia la comida orgánica, y Ramos comenzó a probar metiendo recetas peruanas en *wraps*. Luego introdujo un menú con ceviches y causas. Y, finalmente, su cocina autóctona tomó el poder. Ahora, incluso Salman, el paquistaní que hacía los kebabs, es un experto en secos de cordero.

–Como nombre, The Market es un error –añade Ramos–. Pero ya estaba puesto y no podíamos cambiarlo.

The Market pone mucho acento en el glamur. Organizan actividades con el mundo de la moda y llevan una intensa vida en las redes sociales. Cuentan con una jefa de comunicación, y la carta de cócteles creativos incluye macerados de pisco con ají amarillo o pétalos de rosa. La cocina es solo una parte de su estrategia. Otra, fundamental, es atraer a gente bonita. Ramos explica:

–Todos queremos hacer lo que hacen las estrellas. Si Madonna se toma un *pisco sour*, millones de personas querrán un *pisco sour*.

Del caucáu de mondongo al cóctel refinado, lo que ha cambiado no es tanto el recetario como la actitud. El *boom* de la gastronomía peruana no es el descubrimiento de un arte culinario, sino la reinención de un país que se quiere ver a sí mismo de otra manera. Y, según el testimonio de Nicky Ramos, está funcionando:

–Hace solo tres años, en Barcelona, nadie sabía nada de Perú. Todos creían que los peruanos disparábamos flechas. Ahora todo el mundo tiene amigos peruanos, ha estado en Perú, tiene novios peruanos. Todo el mundo es peruano.

No es país para chistes. Era solo una broma.

El periodista peruano Daniel Titingher quiso hacer un poco de humor. Solo que nadie lo encontró gracioso.

Apareció en su Facebook hace meses: un falso libro de Titingher con una portada editada por Photoshop. El título ya era suficiente provocación: *Contra la gastronomía peruana*.

El autor se oponía al orgullo peruano de “comer rico en un país donde la mayoría se muere de hambre”. Anunciaba la inminente publicación de su supuesto libro en grandes editoriales de España y Francia. Y denunciaba que el poderoso *lobby*gastronómico había censurado su aparición en Perú.

–Lo más alucinante es que la gente se lo creyó –recuerda Titingher–. Recibí ataques de los que siempre están en contra de cualquier cosa. Pero también mensajes de aliento de gente que se había hartado del *boom*. El chiste al final no fue tan gracioso. Pero al menos no me lapidaron como a Thays. Él fue un adelantado a su época.

Pocos años antes, el escritor Iván Thays había despotricado contra la cocina peruana. “Indigesta y poco saludable”, la llamó. Los grandes chefs se indignaron. Las redes sociales ardieron. Los medios de comunicación lo crucificaron.

A favor o en contra, el tema de la cocina peruana no tiene nada que ver con gustos culinarios. Es una cuestión de identidad. Meterse con la comida es como quemar la bandera.

Puede parecer exagerado, pero los sensibles son exagerados, y Perú es sensible. En el último cuarto del siglo XX, el país vivió dos de las peores crisis económicas de su historia republicana, tres dictaduras y una guerra interna con 70.000 muertos. Nada parecía tener solución. Cuando yo era niño, parte esencial de la identidad nacional era querer un pasaporte extranjero. Los niños de clase alta hablaban con sus padres en inglés, y los pobres se llamaban Washington y

Jonathan. Emigrar –a Miami, de ser posible– era una aspiración cotidiana. Ser peruano era un defecto, una enfermedad incurable, cuyo único cuidado paliativo era marcharte lo más lejos posible.

Y luego las cosas mejoraron. No se volvieron perfectas, pero sí más normales. Y llegó la hora de buscar lo normal: alguna razón para estar orgulloso, algún buque insignia del sentimiento patriótico.

–Los argentinos y los brasileños pueden vender fútbol –explica Diego Salazar–, pero nosotros no hemos ido a un Mundial desde España 82. Nuestro valor en el mundo es nuestra comida. Había que encontrar una bandera para el proceso de recuperación de la autoestima nacional, y la nuestra era la cocina.



Salazar es periodista gastronómico, presidente regional para Sudamérica Norte de los premios [World's 50 Best Restaurants](#) y supuesto prologuista del supuesto libro de Titingier. Para él es normal que los intelectuales desafíen los discursos de exaltación nacional. Lo hacen en todas partes. Lo único particular de Perú es que todo el discurso sobre lo que significa ser peruano tenga que ver con comida.

La paradoja es aún mayor porque el supuesto “descubrimiento” tiene mucho de importación de técnicas del Viejo Continente:

–El padre de todo esto fue el chef Gastón Acurio, que estudió en Europa. Y cuando volvió a Lima abrió un bistró francés. Solo después de un par de años decidió que eso no tenía ningún sentido y comenzó su exploración de la cocina peruana, siempre aplicando la presentación de los platos que había aprendido fuera.

Y así comenzó un imperio. Hoy, si lo quisiera, [Gastón Acurio](#) podría lanzarse a la presidencia. Incluso sin postularse, su intención de voto supera el 20%.

La era dorada de la cocina peruana coincide con los años de surgimiento de una nueva clase media, que puede comprar cosméticos y libros, electrodomésticos y automóviles. Si Gastón hubiese emprendido su aventura en los años ochenta, en plena crisis económica, con la gente

encerrada en su casa por los apagones y las bombas, simplemente, nadie habría ido a cenar ahí. La cocina es también un símbolo del progreso.

Así que puedes insultar a nuestros presidentes y burlarte de nuestros equipos de fútbol. Da igual. No nos importa que no te guste nuestra música o nuestro aspecto. Tenemos sentido del humor.

Pero si hablas mal del ceviche, vamos a tener un problema.

El último *boom*. Primero hubo reyes. Y los reyes comían como tales. Sus chefs creaban fantasías decoradas, pasteles de varios pisos y ambrosías de sabor para la nobleza. Entonces llegó la guillotina. Los cocineros no perdieron la cabeza, pero sí el trabajo. Tuvieron que inventar los restaurantes. Había nacido la cocina francesa.

Un siglo después comenzaron las grandes migraciones. Los italianos o mexicanos no se *internacionalizaron*. Solo se fueron a Estados Unidos a trabajar de pinches de cocina. Y todo el resto del planeta hacía lo que hiciera Estados Unidos.

Al final del siglo XX triunfó el capitalismo: comer bien significaba llenar el plato de cosas caras, como caviar y *foie-gras*. El muro de Berlín había caído: lo bueno era lo que costaba mucho. El siguiente paso fue Ferran Adrià y la metafísica del paladar, la pregunta por el ser: ¿Por qué un tomate tiene que ser una verdura y no una espuma? ¿Por qué un helado no puede ser caliente? ¿O cuadrado?

Por último llegó el Noma danés y la cocina como proyecto social, que trabaja con los agricultores de su región y contribuye al desarrollo sostenible. Hoy, un restaurante caro ya no solo da de comer. Los clientes pagamos para experimentar sensaciones únicas e irrepetibles. Incluso pagamos para ser buenos.

Entonces, el periodista español Ignacio Medina creía que ya todo estaba inventado: –Hace ocho años, yo ya tenía más de cincuenta y había vivido todas las revoluciones de la cocina. Residía en Toledo, apenas bajaba a Madrid y me dedicaba a la crítica gastronómica. Pensaba que el mundo terminaba en Europa. Pero entonces vine a Perú. Y vi que aún quedaba algo por descubrir.

Medina se mudó a Lima, empezó a trabajar con los cocineros y a escribir desde ahí. Publicó el libro *Mamá, yo no quiero ser Gastón* (Planeta). Y ahora, cuando habla de la cocina peruana, conjuga en primera persona. Según él, “nuestra” cocina enfrenta varios retos en un futuro cercano: recuperar el recetario tradicional, que se ha perdido. Dejar de recolectar productos y empezar a cultivarlos. Derribar barreras burocráticas a la exportación. Y sin embargo, en última instancia, que la gastronomía vaya bien depende de que el país vaya bien:

–Hay una relación entre la cocina y el desarrollo económico. La gastronomía española vivió hace 30 años el mismo proceso que la peruana de hoy, con la llegada de la clase media. Cuando hay más dinero se compran nuevos productos, la cocina se hace más limpia y deja de ser una cuestión de supervivencia para convertirse en un fenómeno cultural.

Como Jorge Muñoz, como Gastón Acurio, como Nicky Ramos, Medina forma parte de esa creación intercultural que llamamos cocina peruana, y que, más que un arte culinario, es la manera que ha encontrado un país de levantar el rostro y mostrárselo al mundo.