papeles de cocina

Euro-Toques · Marzo 2015

Edita: Euro-Toques. Comunidad Europea de Cocineros.
Redactor jefe: Raúl Nagore
Editor: Andoni Luis Aduriz
Diseño y maquetación: Atelier laia
Ilustración: Guillermo Ganuza
Agradecimientos: Mayre Modrego

Euro-Toques. Villla Yeyette. Pº Zubiaurre 84. 20015 Donostia San Sebastián. Gipuzkoa.
Tel.: 943 272 166 · Fax.: 943 276 617
www.euro-toques.es
comunicacion@euro-toques.es

D.L.: SS-240-2007
Tirada: 10.000 ejemplares

Patrocinadores

Proveedor oficial:

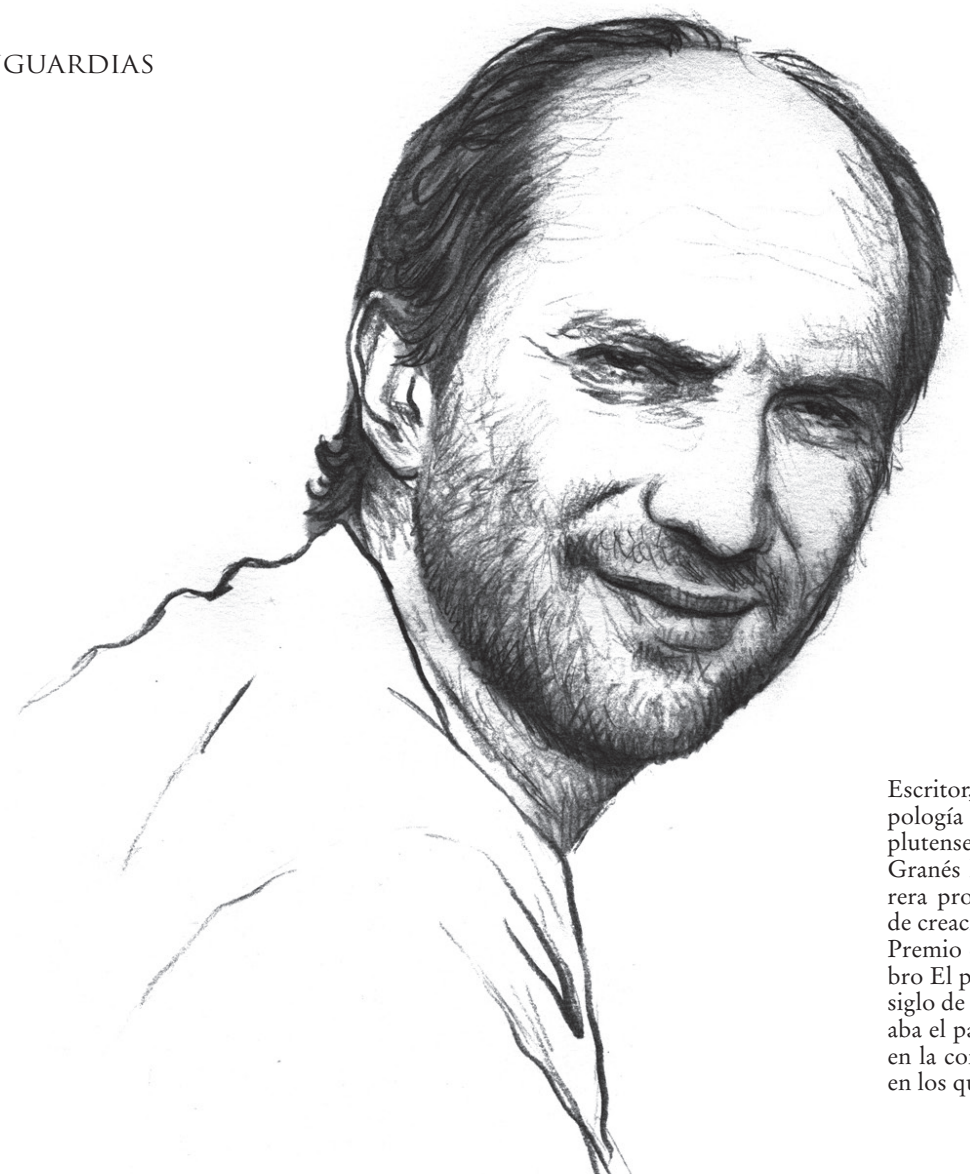
Vanguardias. Pedro Subijana

Chef del Restaurante Akelarre.

Cada dos años tenemos la suerte de celebrar una nueva edición de Diálogos de Cocina, el encuentro más interesante y sorprendente de todos los que se realizan por y para los cocineros alrededor del mundo del conocimiento. Este año el tema en torno al que gira todo el evento es el de las vanguardias y nos planteamos la pregunta de si tiene sentido pensar el futuro y tratar de anticiparlo desde el mundo de la cocina.

El presente que hoy, en 2015, estamos viviendo no tiene nada que ver con el futuro con el que se fantaseaba en los años 80 o 90. No nos desplazamos en naves espaciales ni somos capaces de viajar en el tiempo, y aquellas películas en las que se mostraban "videollamadas", lo que nos parecía el súmmum de la sofisticación, se han quedado cortas. En aquel entonces no fuimos capaces de anticipar el medio que nos ha cambiado la vida a todos: internet. Porque esto es lo que define el tiempo que estamos viviendo: el hecho de que estamos conectados a todas horas a una red en la que podemos participar de forma activa. Nuestra aldea es ahora más global que nunca gracias a toda una serie de herramientas que nunca llegamos a soñar. La cantidad información a la que podemos tener acceso es inmensa y hoy es más necesario que nunca pasarla por el cedazo para forjarse una opinión propia, lo más equilibrada y rigurosa posible. A través de nuestros teléfonos móviles podemos hablar cara a cara con alguien que está en la otra punta del planeta, podemos publicar nuestras opiniones sobre productos y servicios (y, por supuesto, restaurantes) para que todo el mundo pueda leerlas e influir así en gente a la que no conocemos, podemos controlar lo que sucede en nuestra casa mientras estamos a miles de kilómetros, podemos contratar viajes y compartir fotos y vídeos con todo el mundo en tiempo real… También elegir, mirando en los catálogos de nuestros proveedores, la vajilla, el aparato que necesitamos para nuestra casa, o esa copa que acaba de diseñarse. Podemos aprender cómo se deshuesa el pez más exótico que hayamos imaginado o ver cómo evoluciona cualquier colega de cualquier lugar del mundo. Antes de ir a comer a nuestros restaurantes, nuestros clientes pueden cotejar en foros y redes sociales las opiniones de quienes han pasado antes por él y echar un vistazo a las fotos y vídeos de la sala y el menú. El contacto con ellos es hoy mucho más directo y completo. Pueden reservar su mesa a través de internet indicando por anticipado los condicionantes alimenticios o de otra índole que puedan tener. Y nosotros podemos archivar sus gustos, los menús que comieron la última vez, con el fin de proporcionar una experiencia más personalizada. Y no estamos más que al comienzo de esta nueva era en la que, tal como apuntan algunos de los entrevistados en este número de Papeles de cocina, la tecnología va a empezar a proporcionar nuevos medios de creación y de expresión a los cocineros. Lo que hasta hoy era ciencia-ficción, va a pasar a convertirse tan sólo en ciencia.

Por otra parte, en los últimos tiempos, en nuestro afán por estar a la vanguardia del mundo gastronómico, los cocineros hemos tenido la suerte de entrar en contacto con toda una serie de expertos, de especialistas en el mundo de la ciencia, personas con una formación que no tiene nada que ver con la nuestra, algo que era impensable hace tan sólo veinte años. Sin embargo, el hecho de que podamos complementar nuestros conocimientos y aclarar nuestras dudas, o incluso participar en estudios concretos sobre una materia específica y subir algún que otro peldaño en el mundo del conocimiento en esos campos no nos coloca de ninguna manera al nivel de estos científicos. Si digo esto es porque en algunas ocasiones, en congresos y otros foros, he pasado momentos de auténtico sonrojo al escuchar de boca de miembros del mundo culinario términos y conceptos que estaban absolutamente fuera de su alcance, tal vez obligados por la presión de tener que decir algo que pareciese elevado. Y es que hay veces que personas sin preparación ni predisposición real pretenden subirse a un carro que parece ser el ganador, no a través de un esfuerzo serio y movidos por un auténtico interés por saber más, sino porque "eso vende mucho". Recuerdo una ocasión en la que, hablando con una premiada investigadora del mundo universitario sobre "las investigaciones" que llevamos a cabo los cocineros, algunos de los cuales incluso hablan de decenas de ellas al año, me contaba que ella, junto con su equipo, dedicaba su vida profesional sólo a UNA, centrada concretamente en el queso Idiazabal. Sin embargo, entre nosotros hay unos pocos, muy pocos cocineros que, llevados por la sed de saber, de cuestionarlo todo, han sido capaces de buscar las fuentes adecuadas y, con la ayuda de los expertos, han llegado en ocasiones a conclusiones verdaderamente sorprendentes. No voy a mencionar aquí los nombres de aquellos colegas, tanto de nuestro país como de cualquier otro, que se han convertido en estandartes de la vanguardia y que son bien conocidos. Pero ya que de Diálogos de Cocina estamos hablando, sería injusto no mencionar al ideólogo de esta fórmula que ha llegado a convertirse en lo que comentaba al principio de estas líneas: Andoni Luis Aduriz.



Escritor, psicólogo y doctor en Antropología Social por la Universidad Complutense de Madrid, el colombiano Carlos Granés ha dedicado buena parte de su carrera profesional al estudio de los procesos de creación. En 2011 fue galardonado con el Premio de Ensayo Isabel Polanco por su libro El puño invisible. Arte, revolución y un siglo de cambios culturales, en el que analizaba el papel de las vanguardias del siglo XX en la construcción del mundo y la sociedad en los que hoy vivimos.

Carlos Granés: “La vanguardia, por definición, debe ser impopular y minoritaria”

Supongo que deberíamos comenzar la entrevista tratando de definir el concepto de vanguardia…

Vanguardia se llamó a los grupos de artistas que quisieron romper con el pasado, destruir las academias, experimentar en el arte y, sobre todo, renunciar al estilo de vida impuesto por la modernidad occidental. Fueron artistas, desde luego, pero también defensores de nuevos valores y actitudes vitales que desafiaban las convenciones de su momento. En pocas palabras, puede decirse que encarnaron ideales libertarios, que llevaron no sólo a las prácticas artísticas, sino a la vida.

Las vanguardias de principios del siglo XX pasaron de intentar destruir el pasado, la tradición (futuristas), a reírse de él y sabotearlo (dadaístas, etc.). ¿Cuál es el objeto de las vanguardias artísticas hoy en día?

En efecto, las vanguardias recelaron del pasado y de la tradición. Los futuristas porque despertaba una nostalgia paralizante, que impedía a Italia y a los italianos conquistar el futuro; los dadaístas porque asociaron a la gran tradición artística de Occidente con la Primera Guerra Mundial. Goethe, Schiller y Belleza olían a cadáver, decían, como si los mismos valores que inspiraron esas obras literarias hubieran conducido a la Gran Guerra. Hoy en día es mucho más difícil hablar de vanguardias. Hay manifestaciones contraculturales que tienen ese elemento utópico, ajeno a la farándula, el dinero y el espectáculo, y que de verdad quieren mover los márgenes de la sociedad. Me refiero a los grupos de transfeministas que intentan diluir las categorías de género y experimentar con la vida y el sexo. En su discurso se oye ese eco de los vanguardistas que querían cambiar por completo el sistema de valores y la manera de pensar y vivir de su época.

¿Hasta qué punto es posible hoy en día modificar al hombre y la sociedad a través del arte?

Es muy difícil afirmar que el arte modifique al hombre y a la sociedad. Ese era el fin utópico de las vanguardias, crear un Hombre Nuevo (con mayúsculas) y una sociedad nueva con sus obras de arte. Yo no creo que las pinturas, los poemas o los *happenings* hayan cambiado al ser humano. Somos mucho más rígidos de lo que nos gusta pensar. Lo que consiguieron los artistas de vanguardia, creo yo, fue mostrar, defender y a la larga, después de muchas décadas de experimentación y sabotaje cultural, legitimar ciertas actitudes vitales y ciertos valores que hoy en día son comunes. Repetir los experimentos vanguardistas ya no tiene gracia porque los valores han cambiado. Lo que resultaba desafiante o revolucionario antes es lo que todos encontramos normal y seductor en la sociedad contemporánea.

En el mundo del siglo XXI la visibilidad y repercusión de las vanguardias es infinitamente menor que en el siglo XX… pero inversamente proporcionales a la cotización de algunas obras. Y es esto, el precio de las obras y la personalidad más o menos iconoclasta de sus autores, lo que suele llegar al público, más que el sentido de las obras…

Ocurre esto precisamente por lo que decía antes. La crítica, la rebelión, la transgresión, el exabrupto, la extravagancia o la humorada ya no escandalizan (al menos no a la mayoría). Al contrario, fascinan; son espectáculo noticioso o reclamo publicitario. Son moda más que vanguardia. Los artistas a los que te refieres satisfacen el gusto del público o apelan a sus bajas pasiones (lo cual es lo mismo), no lo desafían. Vanguardia y popularidad son antitéticas. La vanguardia, por definición, debe ser impopular y minoritaria.

Sostienes que, a pesar de que se ha repetido que las vanguardias del siglo XX terminaron por agotarse y fracasar, somos hijos de ellas. Que la influencia invisible de dadaístas, letristas o situacionistas ha terminado por dar forma a nuestra sociedad y nuestros hábitos, por lo que, en cierto modo, sí que consiguieron moldear ese “hombre nuevo” que perseguían.

Más que un Hombre Nuevo, digamos que hombres y mujeres socializados en valores distintos, y que por lo tanto consumen, se divierten y se relacionan de manera distinta y tienen expectativas diferentes.

El futurismo también pretendía transformar al hombre a través de la comida. Marinetti afirmaba que “se piensa, se sueña y se obra según aquello que se bebe y se come”. Los futuristas aborrecían la pasta y, literalmente consideraban que provocaba desequilibrios fisiológicos que se derivaban en desgana, pesimismo y neutralismo, dando como resultado hombres de “carácter lento”.

En efecto, esa fue una de las ideas más peregrinas de Marinetti. El líder futurista estaba obsesionado con mecanizar a los italianos. Quería que los valores de la máquina –velocidad, poderío, precisión, agilidad, solidez– moldearan el carácter de sus compatriotas, y la pasta le parecía todo lo contrario: blandura, pesadez, digestiones lentas y obesidad. Su Manifiesto de la Cocina Futurista era un delirio, tan divertido como autoritario. Mostraba lo decidido que estaba a cambiar las costumbres de los italianos, y lo peligrosos que son los líderes visionarios que creen que el ser humano es un bloque de arcilla que pueden moldear o perfeccionar a su antojo.

En ese Manifiesto de la Cocina Futurista pueden leerse ciertas cuestiones que algunas cocinas de vanguardia podrían suscribir hoy en día. Abogaban por la desaparición de los cubiertos, las asociaciones

inéditas, el uso de la sorpresa, la aproximación científica y tecnológica a la cocina…

Marinetti y sus seguidores futuristas experimentaron con todas las artes y por ese camino llegaron a la comida. No es una exageración decir que fueron los pioneros en casi todo. Luigi Russolo formuló el "arte de los ruidos" en 1913, y con los años muchos compositores, entre ellos Pierre Boluez, John Cage o David Tudor, añadirían a sus composiciones ruidos y sonidos del ambiente. El arquitecto futurista Antonio Sant'Elia fantaseó ciudades ultramodernas, con rascacielos fabulosos, que hoy se han hecho realidad. Y en la poesía y el teatro también fueron los primeros en jugar con las tipografías, liberar las palabras, usar onomatopeyas y convertir los escenarios en campos de batalla y usar la sorpresa para desafío al público en las actuaciones teatrales. Esa experimentación los llevó a la cocina, y en efecto, fueron los primeros en concebir la ingestión de alimentos como una experiencia multiplicada, que podía incluir sensaciones táctiles, olores, sonidos, sorpresas…

La "alta cocina" parece seguir la misma dirección rupturista que en otros tiempos tomaron otras disciplinas creativas: literatura no narrativa, pintura no figurativa, música no armónica… La cocina de vanguardia no aspira a llenar el estómago y en algunos casos ni siquiera a satisfacer el paladar… Pero, en lugar de "quemar los museos" (o los restaurantes) y hablar de "destrucción", suele hablar de "deconstrucción", y en general reverencia las tradiciones culinarias de todo el mundo, de las que bebe para inventar. ¿Cumple con los requisitos como para ser considerada vanguardia?

Más que vanguardia, es experimentación y uno de los campos más creativos e innovadores del momento. Lo dices bien. La cocina experimental puede escandalizar a los comensales por el precio y las cantidades, pero no porque desagraden o maltraten el paladar. Todo lo contrario, la cocina intenta satisfacer, agradar, deslumbrar. El juego es distinto al de los vanguardistas. No lo agreden ni lo sacuden para que cambie de valores; lo deslumbran para que tenga una experiencia sensorial distinta, lúdica, sorpresiva y novedosa.

Si las vanguardias del siglo pasado aspiraban a crear un hombre nuevo a través del arte, modificando las conciencias, a otro nivel, ¿la cocina de vanguardia debería aspirar a crear un "comensal nuevo" a través de sus propuestas?

La verdad es que no lo sé. Cada cocinero debe pensar a qué tipo de público desea atraer, qué experiencia le quiere dar, cómo va a diferenciarse de los otros chefs que están innovando y experimentando. Sospecho que ciertos restaurantes ya tienen "un comensal nuevo", que no va solo a satisfacer el paladar y llenar la barriga, sino a participar en un ritual o a jugar.

Recientemente has escrito que, a diferencia del arte contemporáneo, donde el concepto es lo fundamental, en la cocina tiene que cruzarse el umbral de la abstracción teórica para estimular de forma directa algún sentido, puesto que una cocina meramente conceptual sería un fiasco como negocio…

Sin duda. Sería una trampa para tontos. Si no hay un estímulo sensorial, si todo se queda en la abstracción teórica, estarías vendiendo humo. Algún snob se dejaría ver por ahí alguna vez, pero dudo que el lugar pudiera prosperar.

También has escrito que el arte ha influido en la cocina, pero que en adelante quizá se dé el proceso inverso…

Es más un deseo que una constatación. El arte contemporáneo, al menos sus tendencias más visibles, han dejado de agradar a los sentidos. Cuando apela a ellos, es para agredirlos mediante un shock visual. Un restaurante, a menos que sus dueños sean kamikazes, tiene que complacer los sentidos.

Vivimos tiempos convulsos. La crisis económica ha generalizado el desencanto y la falta de esperanza y la aparición de nuevos movimientos sociales que han cristalizado en nuevos partidos. ¿Es una época propicia también a la aparición de vanguardias transformadoras?

En los tiempos convulsos como este, todos los valores y creencias que parecían estables pierden suelo sólido y empiezan a deslizarse por superficies resbalosas. Son momentos en que, sí, pueden cristalizar nuevas ideas y puede moverse la escala de valores. En España, por ejemplo, la honestidad y la transparencia son los valores de moda en la política. Quien se identifique con ellos, seguramente atraerá al electorado. En el arte es difícil predecir cualquier cosa. Vaclav Havel, cuando le hacían preguntas similares, decía que ni siquiera sabía qué pasaría con su obra de aquí a cinco años. Predecir qué pasará en la cultura es imposible.

Has dicho que somos "consumidores de rebeldía". Suena a epitafio para la rebeldía…

Al menos para el estereotipo de rebeldía que tenemos. Pablo Iglesias, por ejemplo, con su coleta, sus desplantes televisivos y su motocicleta, responde al estereotipo de rebeldía que todos tenemos en mente, y eso, paradójicamente, ayuda a su popularidad. Lo que ha entrado en desgaste es ese empaque desafiante y trasgresor. Todo aquel que se presente con esa estética, con esa actitud y con ese discurso no es un rebelde, es un vendedor. En cuanto a los rebeldes, siempre los habrá y siempre serán muy pocos. Han sido, son y serán los que dicen "no" cuando lo conveniente, seguro, corriente o rentable es decir "sí".

La comida perfecta, según los futuristas

Escrito y publicado en 1930 por Filippo Tommaso Marinetti, el Manifiesto de la Cocina Futurista abogaba por, entre otras cuestiones, la supresión de la pasta, "absurda religión gastronómica italiana", la experimentación con nuevas preparaciones, aparentemente absurdas o la plasticidad formal de los platos. Estas son las características que, según los futuristas, debía presentar el más perfecto de los ágapes:

1. Una armonía original de la mesa (cristalería, vajilla, decoración) con los sabores y colores de las viandas.

2. La originalidad absoluta de las viandas.

3. La invención de conjuntos plásticos sabrosos, cuya armonía original de forma y color alimente los ojos y excite la fantasía antes de tentar los labios.

4. La abolición del cuchillo y el tenedor para los conjuntos plásticos que puedan dar un placer táctil prelabial.

5. El uso del arte de los perfumes para favorecer la degustación. Cada vianda debe ser precedida por un perfume que será borrado de la mesa por ventiladores.

6. El uso de la música será limitado a los intervalos entre vianda y vianda para que no distraiga la sensibilidad de la lengua y del paladar y sirva para aniquilar el sabor disfrutado restableciendo una virginidad degustativa.

7. La abolición de la elocuencia y la política en la mesa.

8. El uso dosificado de la poesía y de la música como ingredientes imprevistos para encender con su intensidad sensual los sabores de una vianda determinada.

9. La presentación rápida entre plato y plato, bajo las narices y los ojos de los convidados, de algunas viandas que comerán y de otras que no comerán, para favorecer la curiosidad, la sorpresa y la fantasía.

10. La creación de bocados simultáneos y cambiantes que contengan diez, veinte sabores para degustar en pocos instantes. Estos bocados tendrán en la cocina futurista la misma función enaltecedora que tienen las imágenes en la literatura. Un cierto bocado podrá concentrar una época de la vida, el desarrollo de una pasión amorosa o un viaje completo en el Extremo Oriente.

11. Una dotación de instrumentos científicos en la cocina: ozonizadores que den el perfume del ozono a líquidos y viandas, lámparas de emisión de rayos ultravioleta (ya que muchas sustancias alimenticias irradiadas con rayos ultravioleta adquieren propiedades activas, se vuelven más asimilables, impiden el raquitismo en los niños, etc.), electrolizadores para descomponer jugos, etc., de tal manera que podamos obtener un producto conocido un producto nuevo con nuevas propiedades, molinos coloidales para posibilitar la pulverización de harinas, frutas secas, especias, etc.; aparatos de destilación a presión ordinaria y al vacío, autoclaves centrífugas, dializadores. El uso de estos aparatos tendrá que ser científico, evitando por ejemplo el error de cocer las viandas en ollas a presión de vapor, lo que provoca la destrucción de las sustancias activas (vitaminas, etc.) debido a las altas temperaturas. cuyo uso también tendría que ser científico, evitando por ejemplo el error de cocer las viandas en ollas a presión de vapor, lo que provoca la destrucción de las sustancias activas (vitaminas, etc.) debido a las altas temperaturas. Los indicadores químicos darán cuenta de la acidez o alcalinidad de los guisos y servirán para corregir los eventuales errores: falta de sal, demasiado vinagre, demasiada pimienta, demasiado dulce.

Martín Azúa es un diseñador vasco que trabaja en Barcelona desde el año 1994. Licenciado en Bellas Artes por la Universidad de Barcelona. Compagina su actividad profesional como diseñador de objetos y espacios para importantes empresas con un trabajo más especulativo. Pertenece a una categoría de diseñadores que considera los métodos experimentales como parte fundamental del proceso de diseño. Entre sus proyectos más conocidos están la "Casa Básica" que desde el 2007 forma parte de la colección permanente del MOMA de New York, las medallas de los campeonatos del mundo de Natación Barcelona 2003 y el diseño de la Exposición SED para la Expo de Zaragoza 2008. El proyecto "Especies en Evolución" para Roca fue galardonado con un Premio FAD de arquitectura efímera 2008. Se siente particularmente interesado por la incorporación de los procesos naturales en la vida cotidiana y la utilización de recursos artesanales para salvaguardar la diversidad cultural y tecnológica. En el año 2007 comisarió la exposición "Foodjects. Diseño y nueva gastronomía en España".

Martín Azúa: "La comida va a generar mucho diseño en el futuro, no tanto en el sentido de añadir más como en el de quitar"

En el año 1004 Maria Argiropoulina, aristócrata bizantina, se casó con Domenico Salvo, futuro duque de Venecia, en esta ciudad. Para el banquete llevó consigo nada menos que un juego de tenedores de oro, con los que pinchaba los pedacitos de comida que un eunuco cortaba para ella. Los tenedores no se utilizaban como tales aún en Europa (y aún tardarían mucho en utilizarse) y fue acusada de decadente y poco menos que de hereje. Alguien exclamó airado: "Dios, en su sabiduría, proporcionó al hombre tenedores naturales: sus dedos". Como diseñador, ¿qué te sugiere esta historia?

Era como decir al resto de comensales que no eran refinados, que no eran educados. Lo que me sugiere esta historia es que el comer siempre ha sido un poco clasista, ha marcado diferencias entre los que comen por placer y quienes comen por necesidad. En realidad desde el punto de vista de las buenas costumbres no es nada agradable ver a alguien comer enfrente de ti. La cultura del comer ha consistido en borrar esa parte algo primaria, animal, mediante unos rituales que han hecho de eso algo muy sofisticado que distrae de lo esencial, comer es engullir. Las formas en el comer siempre han marcado las distancias entre el que tiene y el que no tiene, el que disfruta y el que simplemente come porque tiene hambre que también disfruta pero de otra manera. No me extraña que María Argipoulina hubiese causado esa polémica, era una "moderna" como también lo son ahora ciertas propuestas que se dan en la cocina de vanguardia, que pueden resultar excesivamente rebuscadas en algunos casos.

Siguiendo con el tenedor, pasaron varios siglos hasta que adquirió la curvatura que presenta hoy en día y que hace más fácil su manejo, puesto que un principio era plano. Parece que cuesta mucho introducir variantes en las herramientas tradicionales de las que nos servimos para comer…

El acto de comer está muy ritualizado y por tanto implica costumbres que son muy difíciles de cambiar. Creo que en la mesa no prima lo práctico, sino lo ritual. Fíjate en la cantidad de cosas que se necesitan; cubertería, vajilla, mantelería… Es algo desproporcionado desde el punto de vista meramente funcional. El comportamiento en la mesa solo se entiende desde una evolución de las costumbres, donde antevienen otros aspectos además de los funcionales. Volviendo a la historia anterior, con las manos puedes cogerlo todo, es una herramienta muy práctica. Pero no puedes coger líquidos… Aquí sí necesitamos una herramienta transmisora de la comida, que la lleve de la mesa a la boca. Aunque en un principio seguramente el agua se bebía haciendo un cuenco con las manos, más tarde en un cuenco hecho con un fruto, más tarde en uno de cerámica y después con la cuchara para los líquidos calientes. Recuerdo esos cuadros de la pintura flamenca, donde los personajes llevan una cuchara de madera en el sombrero…Que el tenedor tenga curvatura y se pueda meter en la boca, implica una cocina evolucionada con salsas. Los cambios son muy lentos y se deben en muchos casos a la evolución en las preparaciones y a la necesidad de remarcar un estatus.

La evolución de la alta cocina en los últimos años ha requerido una evolución también en la forma de presentarla y de comerla, en las herramientas de las que cocineros y comensales se tienen que valer. ¿Cuáles han sido los hitos de esta evolución? ¿En qué momento nos encontramos y hacia dónde vamos?

Hay un momento en la nouvelle cuisine en el que se rompe con la costumbre de sacar las fuentes al centro de la mesa, aquellas presentaciones epatantes, y se pasó servir el plato preparado desde la cocina. Es el momento en el que el cocinero establece una relación más directa con el comensal a través de todos los recursos que le da el emplatado. A partir de ahí se crea una experiencia que ha llegado a extremos espectaculares de sorpresa, de ruptura con lo tradicional. Creo que hoy todo es un poco yin y yang. Se va en una dirección para inmediatamente retomar la contraria. Creo que la cocina ha tenido una mirada muy interesante hacia la ciencia y también el arte y ahora toca llevar eso a un terreno del compromiso con las formas saludables de comer, con la salud y el bienestar. Es decir, que este placer, que en algún momento puede parecer gratuito o frívolo, se convierta en un diálogo con la comida y con lo que la comida implica. Nosotros somos lo que comemos, pero el mundo también se transforma en función de nuestras necesidades alimentarias. Creo que estamos en un momento de compromiso de la comida con la ecología, con la sostenibilidad. Al menos a mí me gustaría que fuese así.

Te he oído decir que hoy en día la vanguardia cultural está más en la cocina que en la arquitectura o el diseño. ¿Qué te lleva a pensar esto?

En los años 80 el diseño era lo moderno, en los 90 la arquitectura, pero eso ya pasó. Desde hace ya una década la cocina ha tomado el relevo. Tiene una notoriedad internacional contrastada. Los cocineros son personas influyentes y dan al país una imagen de innovación como no lo hace ningún otro colectivo. Lo bueno es que la cocina ha recurrido al diseño y la arquitectura para dar esta imagen de modernidad.

¿Hacia dónde mira el diseño hoy en día en lo tocante a la gastronomía?

Durante mucho tiempo Japón ha sido la máxima influencia…
Japón siempre ha tenido, a lo largo de la historia del diseño, una influencia un poco "limpiadora". Cuando se inició la industrialización los objetos eran muy recargados por lo fácil que resultaba producirlos industrialmente. De pronto, a través de los productos que llegaban a Europa, se descubrió la cultura japonesa, con esos objetos tan simples, que resultaron fascinantes a los diseñadores de la época. Creo que en la cocina ha pasado lo mismo. Si tienes la suerte de comer en Japón en un sitio tradicional te das cuenta de que todo es diferente. Para empezar, no hay esa noción de vajilla, sino que cada plato viene en un soporte especial. Incluso la forma de comer, utilizando los palillos, es diametralmente opuesta a la nuestra. En nuestro caso parece que estemos diseccionando la comida. Ellos simplemente señalan y cogen. Todo está cortado previamente en su dimensión exacta. No me extraña que los cocineros se hayan sentido fascinados por ese partir de cero en cada plato y generar una presentación ad hoc.

Hablando de presente y futuro; estamos viendo que nuestras formas de comportarnos en relación a la alimentación, llevadas a un nivel global, son insostenibles. Yo doy clases en la Escuela Superior de Diseño Elisava, en Barcelona, y veo cuáles son las cuestiones por las que se interesan los diseñadores jóvenes cuando trabajan con la comida, y hay proyectos realmente sugerentes. Recuerdo uno en especial de Clara Balmaña, se trata de una vajilla hecha con verduras de temporada. En una conversación que tuve recientemente con ella, me hablaba de su interés por las emociones que nos aporta la comida y cómo se pueden utilizar para curar. No se refería al clásico concepto de comida saludable que previene enfermedades. Le interesaba sobre todo el plano emocional de la comida, en su forma de influir en las personas, hasta el punto de curar.

Creo que la comida está en el eje de muchas de las cosas que nos pasan. En lo que respecta al diseño, no dejo de pensar en los formatos de la comida industrial, en el despropósito total en el uso del packaging…No puede ser que para dos tragos de agua fabriquemos una botella que después tiramos. Creo que en adelante la comida va a generar mucho diseño, no tanto en el sentido de añadir como en el de racionalizar. La comida no exige todo esto. Hay algo que no funciona.

¿Cuáles son las virtudes y defectos de los materiales con los que tradicionalmente se fabricaban las vajillas y utensilios y con qué nuevos materiales están trabajando ahora los diseñadores?

Vivimos un momento en el que los materiales se hacen a medida de las necesidades. Todo es posible. Si se plantea una necesidad y hay un interés comercial, el material se desarrolla. Hay polímeros, plásticos que tienen unas características increíbles, pero también es cierto que ese avance tecnológico y de materiales nos lleva a perder en cuestiones de identidad y tradición. Es gratificante reconocer en los materiales procedencias naturales y tradiciones. Cuando comes en un plato de cerámica tienes una sensación familiar, rememoras sensaciones que has vivido antes. Puede ser un plato muy moderno y diseñado, pero a través del material enlazas con la tradición. Sin embargo, materiales y tecnologías más punteras pierden un poco esta conexión con la tradición y son más difíciles de entender en el entorno a la comida. En estos momentos hay un gran interés por recuperar oficios y materiales tradicionales. No se trata de volver a lo tradicional, sino de trabajar con la tradición para generar innovación. Finalmente, los cocineros cuentan muchas historias a través de su trabajo y digamos que los materiales les ayudan a contarlas.

Tacto, vista y, por tanto, textura, grosor, peso, sensualidad… son características que pueden modificar sustancialmente la experiencia gastronómica. ¿Cómo se abordan estas características a la hora de diseñar un objeto?

El diseño quizás ha pecado de ser excesivamente visual en detrimento de otros aspectos más sensoriales. La imagen es muy importante para comunicar y vender pero como usuarios percibimos los objetos con los cinco sentidos. En la cocina esto siempre ha estado muy presente. Como dices, comer es una experiencia sensorial completa y un aspecto discordante puede estropear un plato. Lo mismo pasa con los objetos: si una bonita silla hace un ruido horrible cuando la arrastras para retirarla de la mesa es una mala silla y así se percibe. Un diseño de calidad tiene que ser sensorial. Los objetos también tienen piel, una temperatura, un olor, sonido y hasta un sabor.
Tengo una pequeña colección de boles y mi preferido es uno pequeñito que en la India se utiliza para tomar el té. Es de barro, cocido a baja temperatura, muy poroso. Es el equivalente al vaso de plástico, porque allí, después de beber el té, tiran el bol y lo pisan, de tal modo que se integra en la tierra roja del camino, porque está hecho del mismo material. El té lo traspasa y lo humedece. Es una sensación completamente diferente a beber te en una de nuestras tazas, el té adquiere olor y sabor a tierra… En fin, encuentro que es un objeto muy modesto pero muy sofisticado al mismo tiempo. Creo que ahora toca descubrir cosas que habíamos olvidado. Nos hemos lanzado en exceso a la innovación tecnológica, cuando la innovación también puede consistir en recuperar cosas o investigar en otros lugares y culturas.

¿Qué materiales prefieres a la hora de trabajar y por qué razones?

Estoy en la línea de utilizar materiales con historias reconocibles. Me gustan los clásicos: la cerámica, el vidrio, la madera, la piedra… Todos ellos tienen una larga tradición, pero siguen inspirando nuevas formas y maneras de trabajar con ellos. También me interesan la impresión 3D y la comida como materia prima para generar objetos.

Comer en un restaurante de alta cocina va más allá del mero acto de alimentarse, se trata de una experiencia multisensorial que también juega con la memoria, la sorpresa, la ruptura de tradiciones y la apertura de nuevos caminos.

¿En qué medida y de qué modo contribuye el diseño a esta experiencia?

Los cocineros han sabido utilizar a los diseñadores como colaboradores necesarios para dar esta imagen de modernidad e innovación. Es muy meritorio porque no es fácil hacer un encargo a un diseñador, hace falta criterio y tener las cosas claras. Los cocineros estrella son gente curiosa e informada que viaja y que tiene referentes del mundo del arte, el diseño y la arquitectura. Es un mundo muy competitivo y son clientes muy exigentes que además arriesgan y esto es lo realmente lo importante, lo que les ha llevado a donde están. Los diseñadores han ayudado creando herramientas y soportes de presentación, con el interiorismo de sus restaurantes, creándoles marcas y comunicación.

En términos de diseño de espacios, ¿qué características cree que debe cumplir la sala de un restaurante?

La alta cocina ha derivado en una experiencia, y en ella todo suma, todo forma parte del mismo proyecto; desde la creación del plato y su presentación, el diseño de la carta, el trato, el ambiente en el que lo consumes. Se trata de buscar una coherencia o un hilo narrativo. Cuando la experiencia es redonda resulta más interesante. Es como en las películas. Si cuando sales del cine y dices que la fotografía era muy buena, es que la película era mala. Esto también pasa en el restaurante. "La decoración era espectacular". No debería destacar una cosa sobre otra. Elaborar una experiencia bien armada desde todos los puntos de vista es lo adecuado. Ya no hay una uniformidad. Hace unos años se llevaba lo minimalista, un espacio tranquilo, bien iluminado, a ser posible con luz natural, algo que hiciese placentero el acto de comer. Ahora también se ven propuestas más arriesgadas, más escenografitas que sorprenden y son más especiales.

Has diseñado objetos para Ferran Adrià. ¿Cómo se desarrolló el proceso de trabajo con él?

Fue intenso. La premisa era hacer productos comerciales. Éramos cuatro equipos de diseño; Toni Arola, Xavi Claramunt, Luki Huber, yo. Luki ya llevaba un tiempo colaborando con Ferran de una manera muy próxima. Se trataba de diseñar objetos de acero inoxidable. Fue interesante, porque cuando estás al servicio de lo comercial, y además marcado por un material, has de renunciar a algunas cosas. La relación con Ferran fue fantástica, muy sugerente y generosa en todo momento. Las reuniones se hacían en el Bullitaller y uno iba con una actitud muy despierta. El problema fue que, en cierto sentido, la cocina de vanguardia no es un buen argumento para vender productos de gran consumo. Es decir, la vanguardia, tanto en diseño como en el arte, tiene un tiempo de aceptación, no es algo que cuaje inmediatamente. La colección se llamaba Faces, se comercializó en todo el mundo, pero desde el punto de vista comercial no fue todo lo satisfactorio que se esperaba. Pero todos aprendimos mucho. Creo que los cocineros, en su trabajo diario en los restaurantes, hacen una cocina de autor que en ocasiones exige también un diseño de autor, pero llevar esto al campo comercial es difícil. Prácticamente nadie tiene en casa un bol para servir espumas. La mancha de la innovación se extiende muy lentamente.

Como arte aplicada, en este caso al acto de comer, el diseño de platos y cubiertos debe cumplir ciertos preceptos ergonómicos, pero también tienen una dimensión poética y simbólica.

En diseño siempre existe la máxima de que la función nunca acaba en la cuestión utilitaria. Hay un componente simbólico inevitable. Aunque un cubierto o un plato los haya diseñado un ingeniero que sólo se preocupa de cuestiones ergonómicas o funcionales, aquello quiere decir algo. Las cosas siempre hablan para comunicar lo que queremos o lo que no queremos. El plato, a nivel funcional, está más que inventado. Los diseñadores trabajamos con el significado, con cuestiones narrativas. En este sentido recuerdo el fantástico trabajo de Santos Bregaña con "o! moon", una colección de platos con formas naturales que los cocineros utilizan de manera muy creativa. Lo interesante de la propuesta es que no se trata tanto de hacer una forma singular como de ofrecer a los cocineros "soportes de expresión". Piezas que les permitan crear. Hay que decir también que hay una notable diferencia entre herramientas de cocina que han de ser muy funcionales y objetos de mesa en los que hay más margen para la poética.

¿Cómo sueñas la experiencia gastronómica del futuro desde tu punto de vista como diseñador?

Creo que estamos llegando a un momento de reflexión. No es un tiempo para excesos formales, cosa que ya hemos tenido, sino que vamos a unas maneras de hacer más naturales. Lo natural puede ser muy sofisticado, pero sin estar diseñado desde la sofisticación. Como consumidores estaremos más informados y seremos más exigentes. Nos implicaremos más en nuestra alimentación, será normal hacer el pan en casa con una panificadora doméstica y comprar harina molida a la piedra en un molino artesanal por Internet. Viviremos en contextos muy tecnológicos, pero precisamente por eso valoraremos también las cosas auténticas tradicionales.

Por último, de todos los objetos de la muestra Foodjects, que comisariaste hace unos años, ¿cuáles le resultaron más atractivos, sorprendentes y/o novedosos y por qué razones?

La exposición era una mesa puesta. Representaba una actitud muy nuestra frente a la comida que está relacionada con la "Fiesta", con una actitud lúdica y convivial respecto a la comida. La selección de objetos tenía un toque de humor peculiar muy nuestro. Desgraciadamente, la producción china y la crisis han acabado con la mayor parte de las empresas del sector. Aun así se pueden destacar proyectos como el que hemos mencionado antes de Santos Bregaña para Vista Alegre Atlantis o los productos de Lekue, que son un éxito comercial a nivel internacional. Durante estos años no han dejado de aparecer proyectos interesantes que actualmente se pueden ver en la fantástica exposición "Tapas", comisariaza por Juli Capella. Creo que la colaboración entre cocina y diseño nos depara muchas sorpresas. Yo no se tratara de aventuras aisladas sino de una colaboración muy consolidada, los diseñadores y cocineros hemos aprendido a trabajar juntos.

Genís Roca es arqueólogo especializado en Paleolítico Inferior, si bien su labor profesional en la actualidad le lleva a mirar al futuro mucho más que al pasado. Es socio director de RocaSalvatella, una empresa de consultoría estratégica que se dedica a asesorar a diversas empresas en su transformación digital. Ha sido director de Infonomia y gerente de las iniciativas en internet de la Universitat Oberta de Catalunya y también director de microinformática en la Universitat Autònoma de Barcelona. Está convencido de que tenemos la suerte de estar viviendo una de esas raras ocasiones en la historia de la humanidad en las que se produce la irrupción de una tecnología disruptiva, capaz de modificar por completo y para siempre los modelos sociales y económicos. Una transformación tan radical como la que provocó, por ejemplo, la aparición de la agricultura.

Genís Roca: “Hoy la información es poder… si la compartes”

Eres arqueólogo y dices que aprendiste de la arqueología que una tecnología es relevante en la medida en la que influye en tu capacidad de sobrevivir. Supongo que una de las lecturas de esto es: una tecnología lo suficientemente relevante puede acabar contigo y tus posibilidades de desarrollo y participación en la sociedad si no la incluyes en tu vida.

Lo que intentaba expresar con esto es que hay una relación bastante directa entre ciertas tecnologías y tu competitividad, tu capacidad de encontrar un trabajo, de que se te valore, de que se te reconozca. Tú eres periodista. Si ahora dijeras que no sabes manejarte con un ordenador, que prefieres escribir a mano, eso te iría restando competitividad. Lo mismo pasa con la cocina y con los talleres de coches, con los chóferes de autobús… Me parece bastante obvio que estamos ante una tecnología que está cambiando toda esa competitividad.

Comparas esta incipiente era de la hiperconectividad en tiempo real con otros cambios fundamentales en la historia de la humanidad, como la aparición de la agricultura, por su capacidad de alterar para siempre el modelo social y económico. ¿Qué consecuencias de esta ruptura vamos a ver en los próximos, digamos, cincuenta años?

No lo sé. Lo que sí sé es que hasta ahora saber cosas era algo valioso. Ahora lo es menos, porque si hay algo que no sé, lo puedo consultar y resolver en dos segundos, con lo cual lo más interesante es ser capaz de entender las cosas, asociarlas y relacionarlas. Pero el hecho de saber algo ha perdido bastante valor. ¿A cuánto se cambia el dólar? No tengo ni idea, pero lo puedo mirar en un segundo. ¿Cuántos goles marcó no sé quién la temporada pasada? No tengo ni idea, pero lo puedo saber en un instante. Cosas que hasta ahora eran importantes en cuanto al conocimiento ahora lo son menos. Por otro lado, creo que ahora lo más importante es la capacidad que tienes de colaborar con otros. Lo ha sido siempre, pero hoy se vuelve a poner en evidencia. Ahora, cuando no sé hacer algo, mi mejor opción no es ponerme a estudiar tres años, sino localizar a alguien que sí sabe hacerlo y preguntárselo. La capacidad de encontrar al compañero que sí sabe hacer algo para que me lo explique depende dos cosas: de tener acceso a mucha gente y de que cuando encuentres a la persona adecuada te lo quiera contar. La mejor manera de que te lo quieran contar es que tú también cuentes cosas de vez en cuando. Al final es una economía de intercambio. Yo te cuento lo que sé, tú me cuentas lo que sabes. Si alguna vez tú me preguntas algo que yo sé y yo no te lo cuento, esto me penalizará mucho en un sistema así. Si nos fijamos en los chavales, cuando quieren pasar la cuarta pantalla del videojuego, la última opción es mirar en un manual. La primera es preguntárselo a un colega. Cuando descubren a uno que sí sabe pasar esa pantalla y no lo cuenta, lo ponen en la lista de los malos. A veces suelo decir que hasta ahora, la información era poder; ahora lo es si la compartes. Pero si retienes la información, eso ya no es poder. Además, la información hoy en día sólo es útil si está muy actualizada. Y para que esté muy actualizada, en lugar de tener una caja llena de información, lo que necesitas es estar en un flujo de información. Y esos flujos funcionan porque das y recibes, das y recibes, das y recibes…. Si te quieres poner muy estupendo, siempre ha sido así, pero lo de ahora me parece definitivo.

Te gusta citar al sociólogo polaco Zygmunt Bauman y su afirmación de que vivimos en un mundo “líquido”. ¿En qué consiste esa “liquidez”?

Antes las cosas eran bastante más estables que ahora. Una persona tenía un oficio y trabajaba de eso toda la vida, en la misma empresa. Te casabas con la novia de toda tu vida. Bauman dice que antes la sociedad era una estructura estable y que, en cambio, ahora todo es bastante inestable y provisional. Hay muchas más modalidades en las relaciones de pareja de las que había antes. La gente cambia de oficio, no de trabajo, de media, seis veces en la vida. Y ya no digamos de trabajo. A toda esa situación tan inestable Bauman la denomina “tiempos líquidos”. Él dice que hoy la sociedad es una red de conexiones y desconexiones, que las cosas se conectan a la misma velocidad a la que se pueden desconectar. Hoy tienes trabajo, mañana no lo tienes. Hoy haces esto, mañana haces otra cosa. Ese concepto lo ha desarrollado en distintos ámbitos: sociedad líquida, trabajo líquido, amor líquido… Creo que es una buena metáfora para entender el lío en el que estamos metidos.

Bauman también ha dicho que en la sociedad de la comunicación todos obtenemos información sobre todo el mundo y ya no nos comparamos con los vecinos del al lado, sino con gente de todas partes y con lo que se presenta como vidas decentes y dignas, lo que puede resultar humillante...

El proceso que estamos viviendo no está exento de problemas. Hemos ampliado nuestras redes y eso hace que nuestros entornos sean más densos. Si antes estabas en un ecosistema de veinte colegas, ahora estás en uno de doscientos mil, con lo cual antes eras el diez de veinte y ahora eres el cien mil de doscientos mil. Y eso puede ser humillante según cómo te lo quieras tomar. Pero al final esto va a ser una cuestión de actitud y de cómo afrontes ese tipo de cosas. Ahí no soy tan pesimista como Bauman. También creo que la gente tiene sentido común. Si nos fijamos en la fecha de creación de Youtube, de Twitter, de Facebook, de esas plataformas en las que la gente hoy se está expresando, nos damos cuenta de que fue en el 2005, 2006 o 2007. Con lo cual, es un fenómeno increíblemente reciente. Por lo tanto, en parámetros de sociedad, eso aún no está consolidado. De hecho, los chavales ya no están tanto en Facebook como solían, y si lo miras con perspectiva, eso ha sido un accidente espacio-tiempo de seis, siete, ocho o nueve años. La mayoría de las conversaciones que antes había en la red ahora se han ido a WhatsApp, son conversaciones cerradas que sólo ve el destinatario. Los comentarios estúpidos que antes había en las redes sociales ahora quizá son igual de estúpidos, pero están en WhatsApp, lo que nos dice que tu sentido común va corrigiendo esta situación pensando en tu identidad pública, en lo que la gente puede pensar de ti. Cada vez somos más conscientes de que tenemos una identidad digital pública y una identidad digital privada. Sabes que en WhatsApp puedes ir más o menos a saco y en cambio en Facebook, Twitter, etc. te pones más modoso porque eres consciente de que estás proyectando una imagen a un potencial empleador, a una persona a la que quieres convencer de algo, etc. Me parece que esto se está corrigiendo más rápido de lo que parece y que ha durado menos de lo que parece.

Dices que desde que se inventó internet hemos pasado de la internet de los ingenieros a la de las empresas, después a la de las personas… y hoy entramos en la “internet de las cosas”. ¿Qué debemos esperar de esta nueva fase?

Al principio accedía a internet sólo la gente de laboratorio, después lo hicieron las empresas, ahora lo hacen todas las personas. Cada vez que uno de esos ecosistemas accede a internet aporta sus datos, opiniones y maneras de ver el mundo. Ahora es el turno de los objetos, de sensores que aportan a internet un dato: el parking está libre, el coche está circulando, el tren está a punto de llegar, el enfermo se ha caído de la cama, tus pulsaciones han subido a 120… Cada vez que ha llegado una nueva capa a internet ha cambiado cosas y ha puesto en su sitio a las anteriores. Cuando en internet sólo estaban las empresas, la red era de una manera. Cuando llegaron las personas, pusieron a las empresas en su sitio. La gente empezó a decir que ese hotel que decía de sí mismo que era estupendo, en realidad estaba muy guarro y no era tan céntrico. La internet de las personas no anuló a la de las empresas, simplemente la corrigió y, por tanto, la mejoró. Y ahora llega la internet de las cosas, que creo que va a poner en su sitio a la de las personas. Llega otro gran flujo de datos que va a hacer que muchas decisiones se basen en esos datos y no en las opiniones que hasta ahora había. Ahora hay opiniones sobre si es fácil o difícil aparcar en Barcelona, pero dentro de poco eso estará basado en datos. Por otro lado, la internet de las personas, la internet de las opiniones, da mucho trabajo pero poco dinero. Si tú tienes un restaurante, en las redes te pueden hundir, pero por tener un Facebook chulo no llenas cada noche. La internet social nos ha obligado a atender una conversación, a participar de una conversación, a entender

que hay una conversación, lo que está muy bien, pero no tanto en términos de negocio. En cambio, la internet de los objetos que llega ahora va directa a servicio y a monetización. Siempre pongo el mismo ejemplo: hay varios laboratorios farmacéuticos que han desarrollado una tirita que te puedes poner donde te apetezca y te mide el nivel de glucosa en sangre. Está sincronizada con tu teléfono móvil y así emite el dato. Si te pones a 180 de azúcar el teléfono vibra y te avisa, si te pones a 250 te llama un médico. Si a tu padre, que tiene 80 años y vive solo, le pasara algo, gracias a esa tirita le atenderían y a ti te avisarían. ¿Cuánto vale la tirita? Nada. Pagarás una cuota mensual por ese servicio de monitorización de tu padre, que es posible gracias a esta internet de las cosas, de esos sensores que emiten un dato y en función de ese dato hacen que ocurran cosas. Eso monetiza mejor que decir "opino que te veo pálido".

¿Cómo crees que afectará la "internet de las cosas" a los restaurantes y el mundo de la gastronomía en general?

Si lo estiras un poco más, se podría llamar la "internet de los datos", porque lo que hacen esas cosas es generar un dato y emitirlo. En el caso de la restauración puede ser importante en lo que respecta a tener información sobre tus clientes. Una persona se sienta en tu mesa y la atiendes con todo el cariño durante tres horas, pero cuando se va sigue siendo anónima, no sabes quién es ni te interesa saberlo, más allá de si te ha dejado propina o de si tiene cara de contento. Pero sería interesante saber si esa persona ha venido desde muy lejos, si es la primera o la cuarta vez que come en tu restaurante, si sus comidas son de trabajo o familiares… Se trata de obtener datos para entender mejor cuál es tu público. Hoy por hoy el banco tiene más información de los clientes de un restaurante que el camarero, porque al pagar con la tarjeta de crédito el banco sabe que se trata de una tarjeta de empresa, emitida en Barcelona, etc… y además tiene los datos agregados de todos los restaurantes de la zona. El banco te podría decir que tu precio medio es de 36 euros, mientras que los de tu categoría en la misma zona están en 28 euros; te podría decir que tus competidores están facturando el triple, el doble o la mitad que tú… Que el banco disponga de más datos que tú sobre tus clientes y tu empresa no creo que sea un buen negocio. Más de uno va a empezar a reaccionar. Una forma de reaccionar es abordar al cliente que entra por la puerta y empezar a hacerle preguntas raras que le van a hacer sentir incómodo (¿qué te importa a ti de dónde soy o qué edad tengo?). Otra es que el restaurante haga un trato con el banco. Pero también puedes tener un sensor en la puerta que detecte que ese móvil que acaba de entrar ya ha estado aquí tres veces en lo que va de año. Aunque no sepas el nombre ni el número de esa persona, sabes que ese móvil ha entrado en el restaurante tres veces. Es una manera de conseguir datos sin tocar las narices a la gente. Hasta ahora, para entender qué es lo que estaba pasando, capturabas opiniones. Ahora, además, capturarás datos.

Desde que cualquiera puede publicar opiniones en internet, muchas esferas profesionales se han visto afectadas, y el negocio de la restauración es una de ellas. Antes llegaba un crítico a un restaurante y publicaba una reseña en un periódico o un medio especializado. Hoy cualquiera publica a diario su experiencia en un foro o en Twitter o en cualquier otra plataforma. ¿Hasta qué punto debe un restaurante monitorizar todas esas opiniones sobre su negocio?

Gente opinando sobre nuestro restaurante ha habido siempre, con o sin internet. Y lo que nos preocupaba era la opinión expresada por gente relevante. Si yo voy a tu restaurante y opino que he comido muy bien, lo agradeces, pero en el fondo da un poco igual. En cambio, si voy a tu restaurante y soy el crítico gastronómico de *El País*, ya te parece mejor, porque es una opinión más relevante. En internet han ido apareciendo nuevos actores relevantes cuyas opiniones pueden tener importancia porque, por la razón que sea, han sido capaces de congregar a una cierta audiencia. Antes pasaba exactamente lo mismo, pero entonces las fuentes a vigilar las tenías muy controladas: revistas especializadas, prensa, Michelin… Ahora, con la llegada de lo digital, ha aparecido un nuevo ecosistema y hubo que aprender a discernir quiénes eran realmente influyentes y quiénes no eran nadie. "Es que han publicado una crítica muy mala en un blog". Ya, pero ese blog no lo lee nadie. "Sí, pero si lo buscas en Google, sale". Sí, pero en el resultado 256, y no hay ningún enfermo que mire las veinticinco pantallas de resultados de Google, o sea que no pasa nada. Es lo mismo que si alguien hubiese hecho un comentario andando por la calle. En fin, esto es algo que hubo que aprender.

Esto nos lleva al concepto de autoridad. Antes el filtro de la calidad, especialmente en el mundo de la creación, lo tenían, además de los críticos, en el mundo de la música o la literatura, por ejemplo, las editoriales y las casas discográficas, que decidían qué publicar y qué no en función de unos criterios de calidad y comerciales. Ahora que todo el mundo puede publicar y divulgar sus creaciones. ¿Están esas viejas figuras de autoridad en vías de extinción?

Ahora hay más gente con capacidad de publicar, pero sigue habiendo poca gente con capacidad de influir. La capacidad de influir depende de tu reputación, de tu credibilidad, etc. Un necio que dice necedades, por mucho que pueda publicar, difícilmente merecerá reputación y audiencia. Cuando a alguien le leen diez mil, por algo será. Si miente sistemáticamente, difícilmente va a tener esas audiencias. Al final va a pasar lo mismo que en los medios *offline*: las audiencias tienen una razón de ser. O alguien ha invertido mucho dinero en eso o alguien ha merecido mucha reputación o algo ha pasado. También hay quien vive de los viejos tiempos. Hay periódicos que… qué quieres que te diga, viven del prestigio que se labraron en otra época. Pero lo van perdiendo, y llega un punto en el que las ventas caen y pierden los anunciantes y al final las cosas se van poniendo en su sitio, más deprisa o más despacio. Gente opinando sobre un restaurante va a haber siempre, pero nosotros seguiremos tratando de buscar y leer una opinión reputada. Es cierto, las opiniones de un indocumentado también se publican, pero no son relevantes. Por otra parte, el prestigio que han ganado las webs de comentarios casi siempre es consecuencia de que en el sistema faltaba algún método de evaluación. Es claro el ejemplo de los hoteles y Tripadvisor. Yo quiero irme tres días a Turín, ciudad en la que nunca he estado y que desconozco por completo, y antes buscaba un hotel y el sistema oficial me decía: "¿De qué lo quieres, de tres estrellas o de cuatro?". Hombre, ¿no hay más información? Necesito saber si el servicio es amable, si el hotel está cerca del centro… necesito un sistema de clasificación que responda a todo esto. Y como el sector no lo hizo, se lo hicieron. Estos sistemas de evaluación hechos por el público casi siempre surgen como reacción a un sistema de *ranking* mal hecho por la industria.

Los conceptos de identidad y participación se están modificando radicalmente. ¿Llegará un punto en el que no participar en internet, no tener una identidad digital, equivaldrá a la invisibilidad, incluso a la no existencia?

No. Identidad digital tenemos todos. Es el resultado de lo que tú has hecho en la red o bien el resultado de lo que otros han opinado de ti en la red. Es como decir "yo nunca he hecho la declaración de la renta". Bueno, pero cada vez que tu nombre ha aparecido en una nómina o has pagado con una tarjeta, quedan huellas, has dejado una traza económica, aunque no hayas hecho la declaración. Del mismo modo, aunque no utilices internet, hay una traza digital de tu actividad. Tú no estás en internet, pero tu operador de telefonía móvil sabe por dónde te mueves y a quién llamas, tu banco sabe cuánto dinero ganas, quién te lo paga y en qué te lo gastas. Y esos operadores trabajan en digital, no en tablillas de barro. Así que tu actividad deja una traza digital. A partir de ahí, si quieres te preocupas por ella y por lo que se dice de ti o escondes la cabeza en plan avestruz como si eso no fuese contigo.

¿Qué clase de destrezas debe desarrollar un individuo, una empresa (y especialmente un restaurante) para tener presencia en internet? ¿Qué aplicaciones y qué redes sociales resultarían especialmente adecuadas para el negocio de la restauración?

Cada objetivo, cada negocio que tengas, seas persona o seas empresa, es susceptible de ser más adecuado en un sitio que en otro. Por ejemplo, si quieres organizar un congreso de cirugía cardiovascular especializado en la aorta izquierda, Facebook no parece el mejor sitio del mundo para hacerlo. Pero si eres una editorial de libro juvenil, Facebook puede ser un buen sitio para explicar lo que estás haciendo. Al final, resumiéndolo mucho, las redes sociales son grupos de gente reunidos por una causa o un interés común. Si tu propuesta o tu servicio pueden coincidir con unos grupos de interés, tiene todo el sentido del mundo que vayas allá. Para mí Facebook son sobre todo grupos de ocio, especialmente juvenil, así que no voy a lanzar una propuesta como la del congreso de cirugía en un espacio así. A lo mejor encuentro páginas web, foros o grupos de WhatsApp donde se han unido grupos de cardiocirujanos. Hay que buscar un sitio donde haya una audiencia segmentada para tu interés. Por otra parte, hay que hacerlo en un espacio en el que se entiendan las reglas del juego: entiendo qué es un *retuit*, entiendo que escribir en mayúsculas en un email equivale a gritar, entiendo el código de la herramienta. Cuando me preguntan algo así mi primera respuesta siempre es "no uses nada que no entiendas". Y también añado "no uses nada que no sepas para qué sirve". Si quieres hacer una mesa de madera y vas a Leroy Merlin, no te vas a comprar todas las herramientas, te compras aquellas que sabes para qué sirven y que sabes usar. Explicado así, parece todo muy tonto y muy obvio, pero no sé por qué razón cuando vamos a lo digital perdemos ese sentido común.

Quizá porque hay una cierta presión social. Si no estás Twitter o en Facebook o en WhatsApp, estás fuera…

Aquí hay un sentido de élite exploradora que hace sentir muy mal al otro. Todos hemos tenido un amigo listillo en estos temas digitales que te chulea. Tú le dices: "He hecho un vídeo y lo he puesto en Youtube". Y él te contesta: "¿En Youtube? Mola mucho más Vimeo". Tío, déjame en paz. De todas maneras, todas estas cosas se van poniendo en su sitio, y aún estamos con el fogonazo de la novedad.

¿Cuál es el futuro de quienes ponen la base para que todos estos servicios existan, las compañías telefónicas? Ahora mismo puedo hacer una llamada gratis a, digamos, Canadá, a través del Messenger de Facebook… sin tener que "quedar" en Skype.

Yo les pago mi cuota mensual de datos, de línea… Lo que tienen que hacer esas compañías es seguir avanzando y evolucionando en ser plataformas de servicios. Por ejemplo, ese servicio de la tirita que comentábamos antes… ¿por qué no se plantean ofrecerlo ellos? Al final es lo de siempre, tienen que ir ampliando el catálogo de servicios. Al principio sólo hacían llamadas de voz y un día dijeron: "¿por qué no enviamos mensajes de texto?". Y entonces se inventaron el sms y ganaron un pastón. Luego llegó otra novedad e hizo que el sms dejara de usarse. Tienen que continuar pensando en otras fórmulas. Se inventaron el fax y lo usamos, se inventaron el sms y lo usamos. Ellos tampoco han estado quietos. No entiendo por qué ahora deberían parar de hacer eso. Es como si la compañía eléctrica se quejara porque sin electricidad todo esto no funcionaría. Telefónica acaba de comprar los derechos de las motos, del fútbol… y en la misma línea de teléfono te envía tele y te cobra una cuota por la tele. Vale, perfecto. Ya no van a ser llamadas de voz, van a ser datos y contenidos. Ya que me están ofreciendo televisión, ¿me podrían ofrecer disco y así guardar mis archivos en su nube en lugar de hacerlo en la de Google? En todo caso, si yo fuera Telefónica, no me quejaría. Menudo negocio.

¿Qué conclusiones sacaría un arqueólogo sobre el momento en el que vivimos dentro de 2.000 años?

Siempre pongo el mismo ejemplo. Hubo varias revoluciones tecnológicas que cambiaron el mundo: la industria lítica, la agricultura y domesticación de las especies, la revolución industrial con el vapor… La revolución neolítica se hizo en unos 20.000 años, la industrial en unos 150 o 175 años… Esta última revolución, que está modificando el mundo de la información, la política, la educación, la cultura, el arte, la economía… es tan rápida y tan vertiginosa que vamos a ser capaces de resolverla en 60 o 70 años. Eso es muy rápido. Cuando miro a los de Apple, que sacan un teléfono al año –y si no lo tienes pareces tonto–, siempre digo: "Son sesenta años, un poco de tranquilidad". En Cataluña hay unos 100.000 maestros en primaria y secundaria. La transformación digital del sistema educativo depende de que esas 100.000 personas se transformen, y eso es directamente imposible, por muchos cursillos que des. Como mínimo, se va a tardar lo que tarden en ser sustituidos algunos de ellos biológicamente, con lo cual, treinta o cuarenta años no se los quita nadie de encima. O sea que todo esto tiene un tempo vertiginoso, pero en términos históricos "vertiginoso" significa 50 años. La primera vez que un particular accedió a internet en España fue a finales del 94, hace veinte años… El primer IBM PC de la historia es del 81. Y ayer, cuarenta años después, aún estábamos discutiendo si dejábamos los ordenadores en el aula o si hacíamos un aula para ordenadores... O sea que si tomas un poco de perspectiva, ves que las cosas tienen un tempo. Hay gente que dice "me ha pillado mayor esto…". Pues en los próximos veinte años te vas a aburrir bastante…

Hace poco vi el siguiente letrero en un bar en La Rioja: "No tenemos wifi. Tendrán que hablar entre ustedes".

Ingenioso, sí.... Me parece bien que seas capaz de tener una conversación sin tanta tontería, pero voy a contraatacar con otra cosa: no les deseo a mis hijos ningún empleo que no tenga asociado el uso de alguna tecnología digital, porque no se me ocurre ningún trabajo en el que todo esto no haga falta. Futbolista y político, quizá. No se me ocurre ningún otro. Sin un GPS ya no puedes ser taxista. Necesito que mis hijos sepan desarrollarse con normalidad en este entorno digital. Y una última reflexión: yo no sé alemán, sólo sé contar hasta veinte y añadir diez al final. Pero una chica alemana me explicó que la palabra "educación" no existe en alemán. Ellos tienen dos palabras para definir "educación", así que cuando un español dice "educación" a ellos siempre les queda la duda de a cuál de las dos te estás refiriendo. Una de esas dos palabras hace referencia al traspaso de conocimientos, de información… La otra significa "modales", comer con la boca cerrada, saludar cuando entras en una casa, etc. Nosotros, en lo que respecta a la tecnología, aún tenemos problemas de educación en el sentido de los hábitos y modales. El problema no es entrar en al bar con un móvil. El problema es que yo esté hablando contigo y saques un móvil. Es un problema de educación y todavía estamos aprendiendo. Tenemos que aprender a ser educados con esta tecnología.

Profesor de Computación Pervasiva en la City University de Londres y fundador y director del Mixed Reality Lab (Laboratorio de Realidad Mezclada), Adrian David Cheok ha centrado sus investigaciones de los últimos años en pensar y diseñar un futuro en el que el mundo virtual y el físico lleguen a fundirse. Cerebros directamente conectados a internet, pijamas que abrazan, robots de apariencia y conversación humanas, mensajería de besos y caricias, realidad y virtualidad aumentadas, impresoras 3D… Uno de sus objetivos es llegar a romper la "barrera de cristal" de internet, de tal modo que en un futuro seamos capaces de enviar no sólo imágenes y sonidos a través de la red, sino también aromas, sabores y tacto. Algunos de los mecanismos en los que está trabajando, relacionados con la digitalización de sabores y aromas, podrían algún día modificar por completo la experiencia de cocinar y comer en un restaurante.

Adrian Cheok: "El chef del futuro será casi como un programador y podrá diseñar sus platos en un ordenador e imprimirlos en 3D"

¿Qué es exactamente Mixed Reality Lab y qué objetivos persigue?

Es un laboratorio de investigación en el que básicamente perseguimos la mezcla de la realidad virtual con el mundo real, ese punto en el que ambas esferas se funden. Conocemos el mundo real, nacimos en él y vivimos en él, y también conocemos el mundo virtual, lo vemos en los juegos de ordenador y los gráficos en 3D, pero con este nuevo concepto se persigue la fusión de ambos mundos. También manejamos el concepto de "realidad aumentada", que permite ver el mundo real en el mundo físico. Por ejemplo, con el dispositivo Google Glass podemos ver un objeto virtual o algún tipo de información virtual en el mundo físico. El concepto de "virtualidad aumentada" es justamente lo contrario: introducimos el mundo real en el mundo virtual en tiempo real. Por ejemplo, con una captura en 3D en tiempo real puedes capturarte a ti mismo y ver tu avatar virtual en el mundo virtual. En nuestros comienzos buscábamos principalmente la realidad aumentada, la posibilidad de ver objetos y gráficos en 3D en el mundo físico, pero ahora trabajamos para ver si podemos implicar a nuestros cinco sentidos. Por poner un ejemplo, podemos ver una flor virtual en gráficos en 3D, casi de manera perfecta, pero no podemos tocarla, olerla ni degustarla. Estamos trabajando para que en el futuro tengamos una "mixed reality" (realidad mezclada) en la que los cinco sentidos humanos se fundan con el mundo virtual.

Da la sensación de que estamos tan sólo al comienzo de una era completamente nueva en lo que respecta a la relación del hombre y las máquinas y a la conectividad entre humanos. ¿Qué clase de futuro debemos esperar y en qué fase de ese proceso nos encontramos hoy?

Creo que ya se está dando una fusión de esos dos mundos, el virtual y el físico, pero lo que vemos es que nuestro cerebro, nuestro intelecto, se está viendo aumentado, así que podemos pensar que en el futuro veremos cerebros humanos aumentados, inteligencia humana aumentada. Por ejemplo, hoy en día nos apoyamos mucho en internet. Ya no necesitamos memorizar tantas cosas, podemos simplemente hacer una búsqueda en Google y encontrar cualquier tipo de información. Antes la gente solía memorizar un montón de cosas, lo que ahora resulta algo inútil, puesto que ya estamos aumentando nuestro cerebro gracias a internet. Pero podemos imaginar que pronto la conexión será mucho más directa. Hoy ya podemos conectar las neuronas de los ratones con fibra óptica, es algo que ya está ocurriendo en la ciencia del presente. Esto significa que en un futuro cercano podremos conectar directamente el mundo electrónico, digital, con nuestras neuronas y conseguiremos una fusión aún más fuerte del cerebro humano con el mundo digital. Seremos capaces de tener el conocimiento de internet conectado directamente a nuestro cerebro. Vamos a ver esa fusión del cerebro humano con el mundo digital, con internet, y también una fusión de nuestros cuerpos. Hay muchas personas que ya llevan implantes, como marcapasos, miembros artificiales, incluso reemplazan sus caderas por otras mecánicas, y pronto esto va a ser mucho más habitual y partes de nuestros cuerpos se van a ver reemplazadas o mejoradas con implantes robóticos. De este modo podemos llegar a un punto en el que si una gran parte de nuestros cuerpos ha sido reemplazada por implantes mecánicos, robóticos o electrónicos y si nuestros cerebros están conectados a internet, nos preguntaremos: ¿cuál es la diferencia entre un humano y un robot? Humanos y máquinas estarán profundamente conectados. De hecho, creo que vamos a ver una verdadera fusión de humanos y computadoras.

Como comentabas, tu trabajo se centra hoy fundamentalmente en día en romper lo que denominas la "barrera de cristal" en internet, implicando a los cinco sentidos para conseguir una mayor fusión del mundo real y el virtual.

Hoy en día pensamos en la realidad virtual en términos audiovisuales, pero en el mundo físico el tacto, el gusto y el olfato son muy importantes. De hecho, el olfato y el gusto son los únicos sentidos que están conectados al sistema límbico del cerebro, que es el responsable de las emociones y la memoria. Por tanto, el olfato y el gusto pueden afectar subconscientemente a tu estado de ánimo, a tus emociones, o despertar un recuerdo. Esto significa que son sentidos muy poderosos. Hoy internet está "detrás del cristal", el cristal de la pantalla de nuestro portátil o nuestro teléfono. Es como mirar a través de una ventana. Puedes ver cosas, pero no puedes olerlas ni tocarlas. Lo que pretendemos es expandir esa experiencia más allá del cristal y alcanzar la siguiente fase de internet implicando a nuestros cinco sentidos.

En este sentido, en Mixed Reality Lab estáis desarrollando una serie de "gadgets", como el RingU o el Kissenger. ¿Qué son exactamente?

Es algo en lo que hemos estado trabajando durante varios años. Se trata de conseguir tocarnos los unos a los otros a través de internet. Hace unos cuantos años creamos un "pijama que abraza", pensado para aquellos padres que pasan mucho tiempo lejos de sus hijos. Imagina que estás lejos de casa, en un viaje de trabajo por ejemplo. Con este sistema puedes llamar por teléfono a tu hijo o hablar con él a través de Skype y abrazarlo gracias a este pijama que reproduce el tacto a través de internet. Pero queríamos conseguir algo más portátil. En nuestra vida diaria utilizamos relojes, collares, pendientes, anillos… cosas que ponemos en nuestros cuerpos y que son tan cómodas que nos olvidamos de que las llevamos puestas. Así que decidimos desarrollar un anillo háptico, táctil, el RingU. Cuando lo acaricias, se conecta a internet a través de tu móvil y tus seres queridos reciben la caricia estén donde estén. El Kissenger ("kiss messenger") es un pequeño robot que, al besarlo, mide la presión de tus labios y envía la señal del beso a tus seres queridos a través de internet.

En lo que respecta al gusto y al olfato también estáis desarrollando una serie de aparatos con vistas, entre otras cosas, a su aplicación en el mundo de la gastronomía.

Sí, trabajamos también el gusto y el olfato digital. Es muy complicado enviar aromas y sabores a través de internet, porque son señales muy analógicas. Sentimos las sustancias químicas, que producen la percepción olfativa o gustativa, mientras que con la vista y el oído se trata de ondas de luz y sonido, que son muy fáciles de digitalizar. Así que estamos en una fase muy temprana de este proceso. Lo que necesitamos conseguir es la digitalización de las señales del olfato y el gusto, porque no es posible enviar sustancias químicas por cable o por ondas de radio. Por eso hemos desarrollado una máquina eléctrica de gusto. Básicamente es un aparato con electrodos que colocas en tu lengua. Cuando experimentas un sabor real, un sabor amargo, por ejemplo, se produce una ionización química en tu lengua que se convierte en una señal eléctrica que estimula las neuronas del gusto en tu cerebro. Con este aparato estimulamos los receptores y las neuronas del gusto directamente, de tal modo que conseguimos experimentar un sabor amargo, por ejemplo, sin necesidad de utilizar sustancia química alguna.
También hemos desarrollado el Scentee, un aparato que insertas en tu móvil y cuando envías a alguien un mensaje emite un olor a través de su propio móvil. Por ejemplo, si es el cumpleaños de tu madre puedes enviarle un aroma a flores o a chocolate. También hemos trabajado con Andoni Luis Aduriz y Mugaritz para reproducir y enviar el aroma de uno de sus platos, el de las semillas de sésamo al ser molidas en el mortero con el azafrán… para emitir una idea de lo que sería la experiencia de estar en el restaurante. El siguiente paso será obtener una estimulación no química del olfato. El problema es que el bulbo olfativo está detrás de la cavidad nasal y es muy difícil e incómodo colocar ahí un electrodo, así que estamos tratando de conseguirlo utilizando campos magnéticos. Seguimos trabajando en ello con un neurocientífico.

Parece que la experiencia de comer en un restaurante en el futuro podría ser completamente distinta a lo que hoy en día conocemos…

Recuerdo que Andoni Luis Aduriz dijo algo que me pareció visionario: en el siglo XXI ya no se trata de cortar zanahorias o de hacer una sopa, sino de crear una experiencia, y lo digital es parte de la experiencia en el siglo XXI. Así que tendremos también una realidad mezclada en lo que respecta a la comida. Los chefs visionarios, como Andoni, quieren crear la experiencia emocional más excitante posible. Seguiremos teniendo comida analógica, pero lo que haremos será mejorarla con lo digital. Por ejemplo, ahora mismo es complicado conseguir que la comida pase de dulce a salada en un segundo, pero lo podremos hacer cuando mejoremos la comida con lo digital. Cuando consigamos digitalizar sabores y aromas y emitirlos través de estas interfaces se abrirá un nuevo campo para la creación gastronómica. Por poner un ejemplo, cuando la música se digitalizó, cuando apareció el primer CD, la gente se entusiasmó porque podía escuchar una sinfonía de Beethoven con perfecta claridad, como si estuviese en una sala de conciertos. Pero eso fue sólo el comienzo. Ahora puedes hacer tipos de música completamente distintos en lo que respecta a la creación, a través de sintetizadores e instrumentos digitales. Del mismo modo, podremos crear distintos tipos de comida que son muy complicados de conseguir sin lo digital. Podemos imaginar que, en el futuro, igual que podemos programar software en el ordenador, también podremos programar comida, así que ser un chef será casi como ser un programador. Con estos aparatos digitales podrán crear sabores y aromas digitales, pero también comida física, gracias a las impresoras 3D. Podrán diseñar la comida en el ordenador y después imprimirla. Gracias a esta fusión del mundo físico y el virtual los chefs encontrarán nuevas vías de expresión.

Otro de tus proyectos se llama "Food Media", que defines como un "novedoso tipo de comunicación interactiva entre los miembros de la familia a través de la comida". Esperas que "mejore radicalmente los vínculos familiares y la comunicación intergeneracional". ¿Cómo funciona?

Es algo en lo que empezamos a trabajar hace algún tiempo, cuando estaba en Japón, con la compañía electrónica japonesa NEC. Querían algo que conectase a los ancianos con sus amigos y familiares, porque en Japón, como en muchos otros lugares del mundo, la población está envejeciendo rápidamente y los ancianos sufren soledad y depresión, cuestiones que pueden afectar a su salud. Así que decidimos mirar al pasado, cuando las familias al completo, abuelos, padres e hijos, vivían en una misma casa y cocinaban y comían juntos, en lo que suponía un momento de intensificación de esos vínculos familiares. Así que queríamos reproducir eso a través de internet. A menudo los abuelos viven en pequeños pueblos, mientras que sus hijos y nietos están en las ciudades, por lo que no se ven con mucha frecuencia. Lo que hicimos, por ejemplo, fue desarrollar utensilios, tenedores, cuchillos, cucharas, que permitían "sentir" la mano de tu abuela ayudándote a preparar el plato, a remover lo que hubiese en el puchero. También desarrollamos sistemas a través de los cuales los miembros de la familia podían sentirse como si estuviesen comiendo juntos, no sólo con una videoconferencia, sino también transmitiendo aromas de una cocina a la otra. Y gracias a una versión muy básica de una impresora 3D los niños podían diseñar dulces muy simples que se imprimían con azúcar y gelatina en casa de la abuela. Pero podemos imaginar cómo será el futuro cuando tengamos impresoras de comida mucho más sofisticadas.

Otra de las ramas de tu investigación es lo que denominas "Lovotics", que se refiere a las relaciones románticas entre humanos y robots. Y estás trabajando con el experto en inteligencia artificial David Levy en un agente de chat llamado "iFriend" que me hace pensar en la película de Spike Jonze Her, en la que el protagonista se enamora de su sistema operativo (que tiene la voz de Scarlett Johansson, lo que sin duda facilita las cosas…). Pensaba que era una película de ciencia-ficción, pero…

De hecho, mi amigo David Levy fue uno de los asesores de esa película… Si lo piensas, la película no está tan alejada de la realidad. Podemos imaginar que es algo que podría ocurrir en un futuro no muy lejano. Hoy ya estamos viendo que a la gente le gustan los personajes virtuales. Hubo un caso en Japón de alguien que quería casarse con el personaje de un juego de ordenador. Pronto veremos robots de apariencia humana muy realista y que podrán hablar y respondernos como si fuesen humanos. Por eso estamos trabajando en ese agente de chat. Las personas nos empiezan a gustar, como amigos o amantes, cuando compartimos nuestras mentes con ellas, hablando, conversando acerca de cosas. Una vez que consigamos crear robots que no sólo tengan un aspecto muy humano, sino que también hablen como los humanos, pronto veremos que la gente se enamora de ellos, e incluso tiene relaciones sexuales con ellos. Los niños suelen sentir mucho afecto por objetos inanimados, como sus ositos de peluche. Y los adultos también pueden llegar a llorar cuando se les muere su mascota. Llegar a enamorarse de un robot no supone un paso demasiado grande con respecto a esto, especialmente si tienen un aspecto realista y puedes hablar con ellos y te responden de un modo humano. Y no es necesario que los robots sean inteligentes, no necesitamos crear inteligencia artificial, tan sólo crear robots que puedan hablar y responder a lo que les digas, pero tan sólo se trata de software, no de un cerebro como el nuestro. Pero si la estimulación es lo suficientemente buena, la gente empezará a sentir afecto y amor por los robots.

David Levy afirma que el amor por los robots será como el amor por los humanos, pero que el sexo con robots será incluso mejor…

(Risas) Podría ser… A menudo el problema de las parejas es que uno de sus miembros tiene ciertos deseos que el otro no encuentra atractivos, pero como a un robot no le importará hacer lo que sea, en ese sentido el sexo podría ser mejor que con los humanos. Por otra parte, hay mucha gente que no puede elegir. Simplemente no tienen relaciones sexuales, por la razón que sea: son demasiado tímidos o tienen algún problema físico… Hay mucha gente en el mundo que está muy sola y no tiene relaciones sexuales. Así que creo que de este modo se podría incrementar la felicidad humana.

Tu trabajo me hace pensar en Isaac Asimov, Philip K. Dick, William Gibson y el cyber-punk, incluso en David Cronenberg y la "nueva carne". ¿Hasta qué punto te has visto influido por estos autores?

Sí, sin duda alguna, son autores que me han influido a mí y a muchos otros científicos. Hay una estrecha relación entre ciencia y ciencia-ficción. Mi primera gran influencia fue *La guerra de las galaxias*, la primera, que se estrenó en 1977, cuando yo tenía 6 años. Mi tía me llevó a verla y me impresionó muchísimo. Creo que ha influido en mucha gente de nuestra generación. Todos queríamos hacer aquel holograma y llevarlo a la realidad. Y en los 80 William Gibson y *Neuromancer* y el cyber-punk y el concepto de realidad virtual… En los 80 pensábamos que pronto viviríamos en un mundo virtual, pero está costando más de lo previsto. Hoy, treinta años después, la tecnología está empezando a alcanzar a los sueños. Pero esa influencia de la ciencia-ficción se da en los dos sentidos, porque también las últimas investigaciones han influido en las películas. *Minority Report* es un buen ejemplo. Sus responsables contrataron asesores que provenían de sitios como el MIT Media Lab para que trabajasen en la película y les contasen en qué estaban trabajando y cómo pensaban que las cosas serían dentro de veinte años.

Las obras de estos autores muestran futuros distópicos, fruto de las complejas relaciones entre humanos y máquinas. Supongo que el futuro con el que sueñas no es tan oscuro…

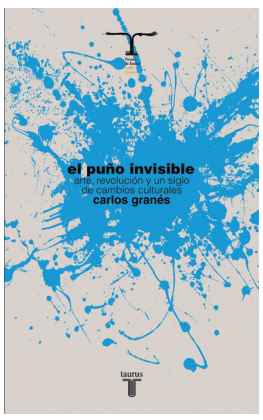
No, claro. Como investigadores queremos hacer del mundo un lugar mejor, crear una tecnología que haga a la gente más feliz y sus vidas más fáciles, que incremente el bienestar. Como he dicho antes, nos fijamos en los niños, en los ancianos… Por supuesto, en un libro o una película necesitas una buena historia. Desde la Antigua Grecia nos encanta el drama. Pero eso no quiere decir necesariamente que la tecnología vaya a ser negativa. Hay que asegurarse de guiarla para que sea positiva. Ese es nuestro trabajo como investigadores y trabajamos con filósofos, políticos… buscando fines positivos. Por otra parte, algo que es positivo, como youtube, donde puedes subir y compartir tus creaciones, puede utilizarse de forma negativa, como hemos visto con los terroristas del IS.

J.G. Ballard, quien, entre otros libros, escribió *Crash*, en el que los personajes experimentan una atracción sexual por los coches, dijo: "Nuestro incómodo y siniestro matrimonio con la tecnología va a cambiar todos nuestros valores".

Quizá no todos nuestros valores, pero sin duda muchos cambiarán. Puedo imaginar a las personas teniendo relaciones sexuales con los robots en un futuro cercano. Y esto plantea cuestiones éticas. Si estás casado y tienes relaciones sexuales con un robot, ¿estás siendo adúltero o infiel? Aún no lo sabemos. Todavía no nos hemos visto en esa situación. Pero no quiere decir necesariamente que vaya a ser peor. Hace cincuenta años ser homosexual era un crimen terrible en el Reino Unido, pero hoy los gays pueden casarse aquí. Algo que era terrible ahora es perfectamente válido, es un cambio a mejor. Creo que llegaremos a aceptar a los no humanos como parte de nuestros valores, del mismo modo que ya no nos gusta ser crueles con los animales y tenemos leyes contra ello. Creo que nuestros valores evolucionarán y será con frecuencia algo positivo.

Visionarios del pasado, escritores del futuro

Tal como afirma Adrian Cheok en este mismo número de Papeles de Cocina, la tecnología está empezando a dar caza a los sueños. Gracias a los últimos avances, cuestiones que eran impensables hace tan sólo un puñado de años están comenzando a hacerse realidad para cambiar por completo nuestra manera de desenvolvernos en el mundo y de relacionarnos con los demás, tanto personal como profesionalmente. En esta selección de libros aparecen algunos de los artistas, creadores y sociólogos que ya en el siglo XX anticiparon con acierto algunas de las características de esta nueva sociedad en la que ya estamos inmersos y que a través de sus obras, rabiosamente transgresoras en su momento, trataron de modificar al ser humano y de algún modo fueron dando forma a quienes hoy hemos llegado a ser. También se incluyen aquí escritos plenamente insertados en el siglo XXI que recogen los primeros balbuceos de esta nueva era de la hiperconectividad, el tráfico de datos y la incipiente fusión de hombres y máquinas y miran a un futuro de implicaciones todavía insospechadas que cada vez está más cerca.



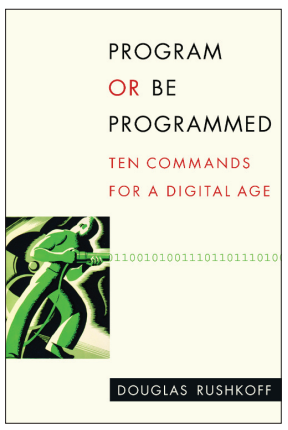
El puño invisible

Carlos Granés. Taurus (2011)

A inicios del siglo XX, en la apacible y neutral Suiza, convivieron dos grupos revolucionarios: los primeros —bajo la férula de Lenin— se proponían transformar la sociedad, la economía y la política; los segundos —agrupados en el dadaísmo— se preparaban para alterar las mentes, las costumbres, los valores y la forma de vivir de las personas. ¿Cuáles fueron los desenlaces de esas revoluciones? La socialista se derrumbó en los años ochenta tras la caída del Muro de Berlín y el colapso de la Unión Soviética. La segunda, la de las vanguardias, se enfrentó a un destino paradójico: a pesar de que cada una de las batallas utópicas condujo a la derrota, sus acciones lograron imponerse y ganar adeptos.

Carlos Granés ofrece al lector el recuento de las corrientes vanguardistas (desde la irrupción de Marinetti y el futurismo hasta los «jóvenes indignados» de España) y sus protagonistas, y se adentra en los distintos espacios donde se han hecho presentes: las artes plásticas —con Duchamp a la cabeza—, la literatura —desde el dadá hasta los beats y obras más recientes—, las propuestas educativas —como Black Mountain College—, la música experimental y «popular» —como ocurre con los trabajos de John Cage y de los Sex Pistols— e, incluso, en algunos movimientos sociales como el hippismo y análisis sociológicos como el situacionismo.

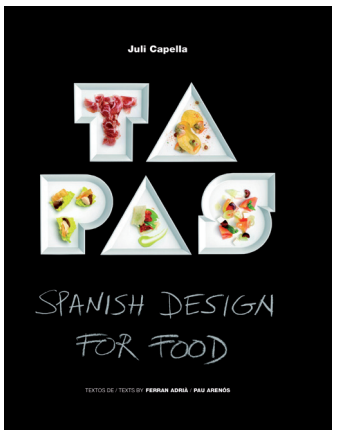
La revolución y la invitación a vivir la vida como si fuera una eterna fiesta, una *soireé* turbulenta y excitante, son los temas que explora el autor de *El puño invisible*, además del impacto de las vanguardias en sociedades cada vez más ávidas de experiencias fuertes, espectáculos emocionantes, aventuras transgresoras y actitudes rebeldes.

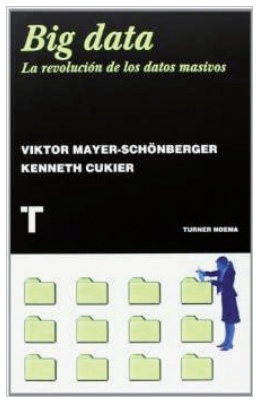


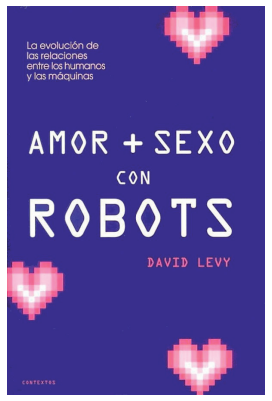
Program or Be Programmed. Ten Commands for a Digital Age

Douglas Rushkoff. OR Books (2010)

Se trata de uno de los libros de cabecera de Adrian Cheok. El debate acerca de si internet es algo bueno o malo para nosotros llena las ondas y la blogosfera. Pero por mucho que se den acaloradas opiniones a favor o en contra, se trata de una discusión fuera de lugar: internet está en todas partes. Lo que realmente importa es: ¿dominamos la tecnología o nos dejamos dominar por ella y por aquellos que se han convertido en expertos en este campo? Si escoges la primera opción, según Rushkoff, "consigues el acceso al panel de control de la civilización. Si escoges la segunda, esa podría ser la última elección de tu vida". A lo largo de diez capítulos, que recogen otros tantos "comandos" o "mandamientos", acompañados por ilustraciones originales del dibujante de comics Leland Purvis, Rushkoff proporciona tanto a los ciberentusiastas como a los tecnófobos todas las directrices para navegar por este nuevo universo. Rushkoff recoge el testigo donde Marshall McLuhan lo dejó, ayudando a los lectores a llegar a reconocer la programación como el nuevo alfabeto de la era digital y como plantilla a través de la cual mirar más allá de las convenciones sociales y las estructuras de poder que llevan siglos irritándonos. El teórico de los medios de comunicación Douglas Rushkoff es el creador de conceptos como "medios virales", "moneda social" o "screenagers" (de "screen" y "teenagers", adolescentes que pasan el día pegados a una pantalla).y ha estado a la vanguardia de la sociedad digital desde sus comienzos, prediciendo correctamente el ascenso de internet, el boom y la caída de las .com, o la crisis económica en la que nos encontramos inmersos.







Comprender los medios de comunicación

Marshall McLuhan. Paidós (2009)

Algunas de las expresiones creadas hace unos años por Marshall McLuhan, como "aldea global" o "el medio es el mensaje", han pasado ya a formar parte de nuestro vocabulario habitual. Y, del mismo modo, sus teorías siguen desafiando nuestra sensibilidad y nuestros supuestos acerca de cómo y qué comunicamos. Lo que mucha gente no sabe, sin embargo, es que todo ello partió de este libro: un clásico de la comunicación de masas que hoy en día, en un nuevo contexto, pide ya una nueva definición. Precisamente, este es el objetivo de esta cuidada reedición: no sólo aprovechar el notable resurgimiento del interés por la obra de McLuhan para relacionarla con los últimos avances en el citado campo -de la televisión por cable a los últimos inventos en el campo de la telefonía, pasando por el desarrollo de nuevas ecologías de la información y la aparición de revistas especializadas-, sino volver a evaluar el texto a la luz de los cambios tecnológicos, políticos y sociales que se han producido en los albores del siglo XXI, lo que queda perfectamente reflejado en la nueva introducción de Lewis H. Lapham. ...

Tapas. Spanish Design for Food

Juli Capella. Lunwerg (2014)

Tapas. Spanish Design for Food presenta el diseño español al servicio de la alimentación, un menú degustación donde se interrelaciona la comida con el diseño industrial, la artesanía, el interiorismo, la arquitectura o el arte. Una mirada transversal a la creatividad aplicada al comer. El libro presenta una selección de los productos más recientes, y está ordenado entre apartados que siguen la lógica del hecho alimenticio: la cocina, la mesa y la comida. También se añaden otros apéndices monográficos dedicados respectivamente al diseño gráfico (Nuevas etiquetas para el vino), diseño de interiores (Interiorismo de restaurantes destacados) y arquitectura (Arquitectura bodeguera).

Big Data. La revolución de los datos masivos

Viktor Mayer-Schönberger, Kenneth Cukier. Turner (2013)

¿Cómo podríamos anticipar una enfermedad 24 horas antes de que aparezcan los síntomas? ¿Podemos realmente identificar a un criminal antes de que cometa el crimen? Bienvenidos a Big Data, la idea de que con una inmensa cantidad de datos podemos hacer cosas que simplemente serían imposibles con menos. El cambio en la escala conduce a un cambio en la esencia. Cambia radicalmente la naturaleza de los negocios, de cómo trabaja el gobierno y de nuestro modo de vida, desde la asistencia sanitaria a la educación. Big Data llegará incluso a cambiar nuestro modo de pensar acerca del mundo y nuestro lugar en él.

Los datos se están convirtiendo en el petróleo de la era de la información; un material crudo que constituye los cimientos de nuevos productos y servicios. La sociedad está convirtiendo en datos cosas que nunca lo fueron, desde nuestras amistades (pensemos en Facebook) hasta nuestros cuchicheos (pensemos en Twitter) o la manera en que los motores de nuestros coches gruñen antes de averiarse. Hizo falta una década y millones de dólares para descodificar el primer genoma humano, hace diez años. Hoy, esa misma cantidad de ADN puede secuenciarse en un día. Las implicaciones son tan enormes como los propios *sets* de datos.

Al recoger y masticar cada vez más datos podemos hacer cosas extraordinarias: combatir las enfermedades, reducir el cambio climático, desentrañar los misterios de la ciencia. La mala noticia es que también esto hace surgir un montón de preocupaciones para las que la sociedad no está preparada. ¿Qué supone que Big Data nos deniegue un préstamo bancario o nos considere no aptos para una operación quirúrgica, cuando no podemos conocer las razones concretas, porque las variables implicadas son demasiado numerosas y complejas? ¿Cómo se regula un algoritmo?

El libro, escrito por Viktor Mayer-Schönberger, del Oxford Internet Institute, y Kenneth Cukier, de The Economist, es una obra tan sorprendente, inspiradora y divertida como irritante y puede llegar a cambiar nuestra visión del mundo.

Amor y sexo con robots

David Levy. Paidós (2008)

¿Amor, matrimonio y relaciones sexuales con robots? Ni en un millón de años... O tal vez más pronto de lo que creemos. David Levy, uno de los principales expertos en inteligencia artificial, explica y argumenta un nuevo nivel de intimidad en las relaciones de humanos con robots. Desde Pigmalión, pasando por Frankenstein y más recientemente, Philip K. Dick y Michael Crichton, los seres humanos han sido cautivados por la posibilidad de mantener relaciones emocionales con sus creaciones tecnológicas. *Amor y sexo con robots* explora esta fascinación en la historia cultural y la psicología de la inteligencia artificial. Levy muestra cómo han evolucionado los autómatas a androides electrónicos en la edad moderna y también cómo han cambiado las interacciones humanas con la tecnología. Necesidades afectivas que se han visto cumplidas con aparatos como el Tamagotchi o las relaciones sexuales satisfechas a través de muñecas u otros aparatos. El concepto de lo que es normal ha cambiado.

Quique Dacosta

Desde su restaurante epónimo de Dénia, Quique Dacosta nos ofrece un recorrido por los hitos de su trayectoria profesional pautado por una serie de platos que supusieron un cambio, una evolución o una ruptura en su forma de entender y abordar la creación gastronómica, desde sus inicios, marcados por la interpretación de los productos del territorio, hasta sus últimas propuestas para un 2015 que quiere cerrar con todo un despliegue pirotécnico.

1. Gamba roja de Denia hervida (años 90)
La gamba roja refleja la intemporalidad de mi cocina y un principio básico de mi trabajo en aquella época: la interpretación del recetario popular de la Comunidad Valenciana, donde yo me establecí, aunque no nací allí. En aquella época la gamba no era el producto que hoy conocemos y tampoco era tan costoso. Se trataba de ponerla en valor por sus cualidades gastronómicas y no por su precio, porque entonces era mucho más barata. En esos años nuestro planteamiento se centraba en interpretar, en versionar y desarrollar una cocina más técnica, llevando el producto a un marco de más alta cocina. Nos preguntamos cómo podíamos mejorar las cosas sin que dejasen de ser las mismas. Lo que hicimos fue aplicar el conocimiento adquirido a través de diálogos con otras disciplinas y el que habíamos aprendido en los libros. Así, buscamos la coagulación de la proteína de la gamba más por temperatura que por tiempo. Este plato representa nuestras inquietudes, nuestras ganas de evolucionar en todos los sentidos, pero siempre en contacto directo con el entorno y el territorio.

2. Cubalibre de foie-gras (2001)
Este plato, del año 2001, supone fundamentalmente un cambio de planteamiento. Nuestro objetivo era a partir de entonces crear platos absolutamente nuevos, sin referencias, platos de autor, por decirlo de algún modo. Este plato se salía de la línea que habíamos marcado en los 90 y venía a trazar lo que podía ser el devenir de nuestro trabajo en los siguientes diez años. Se convirtió en un icono de nuestra cocina y enviaba un mensaje claro a nuestros clientes: a partir de ahora ya no es sólo lo que estás viendo, sino lo que tú puedes llegar a interpretar. En el plato se ejemplificaban los conceptos que estábamos estudiando en aquella época, como la simetría y la regularidad, no sólo en la calidad de lo que ofrecíamos al cliente, sino también en el hecho de que todos los clientes pudieran comer lo mismo y de la misma manera en todo momento (cosa que sólo se podía hacer con algunas cosas y que rápidamente abandoné, porque me condenaba a ofrecer, por ejemplo, el centro del lomo de la lubina y desechar el resto). También queríamos incorporar el maridaje, el mundo del vino, en el interior del plato. No quería un vino externo que armonizara con el plato, sino que lo quería dentro de él. Y tampoco perseguía un maridaje con un vino dulce, como era norma en aquella época con el foie-gras, así que hice una reducción de cola a la que añadía ron para buscar un poco la parte de la madera y la turba de este licor, e infusionaba una piel de limón para darle un matiz fresco y aromático. De este modo, construí una especie de vino que iba integrado en el plato. También hice algo que no había hecho hasta entonces: cambiar la textura del foie-gras, un producto de primer orden a nivel gastronómico. Lo trituré para conseguir una crema muy delicada y untuosa. Supuso una nueva visión y un planteamiento mucho más libre y de autor respecto a la creación de un plato.

3. El bosque animado (2002)
Cuando empecé como cocinero, en mis viajes en autobús a Extremadura desde la Comunidad Valenciana, pasando por Castilla La Mancha y Madrid, miraba todos aquellos paisajes y pensaba en cómo representarlos en un plato, pero en aquel entonces no tenía la técnica ni sabía cómo materializar esa idea. Pero fue algo que siempre llevé conmigo, hasta que en el año 2002 empezamos a trabajar con diferentes texturas, emplatados, cambios conceptuales… Finalmente el plato se materializó escenificando un bosque mediterráneo, un bosque habitado, e incorporamos algo que hasta entonces no existía: la sensación de comer tierra, una terrosidad que no sólo se manifestaba en el paladar, sino también en la estética, con la representación de los elementos que se pueden encontrar en un bosque, como hierbas, setas, esa humedad característica… Era un plato muy bucólico que planteaba una estética y una manera de proceder en la cocina totalmente distintas. Y es el plato que genera el movimiento de los paisajes comestibles, tanto en mi cocina como en todas las demás. Es uno de los platos más adaptados en la alta cocina de los últimos diez años.

4. Arroz con algas a la parrilla (2005)
En el año 2005 publiqué el libro *Arroces contemporáneos*, en el que se materializaban muchas experiencias e inquietudes, así como nuestra colaboración con agricultores, científicos, cocineros, con la DO de Valencia y Santos Ruiz… Fue el primero de una serie de monográficos que yo tenía previsto hacer, representó un gran esfuerzo de recopilación y hoy es uno de esos libros de consulta a los que los cocineros se acercan a buscar información, más allá de las recetas propiamente dichas, aunque en este caso también son relevantes. Este plato refleja el espíritu y la estética de un libro que fue muy importante, tanto para mí como para el mundo de la gastronomía.

5. Foie lacado con té de stevia rebaudiana y aloe vera (2006)
En el año 99 empezamos a trabajar con los microvegetales, o vegetales en estado embrionario. Nos convertimos en pequeños agricultores, lo hacíamos en nuestra propia cocina, en bandejas con papel y algodón, como nos enseñaron en el colegio, porque no había industria, y así empezamos a producir nuestros propios vegetales. Esto generó una obsesión por el conocimiento y por otras formas de comer los vegetales. Nunca habíamos comido brotes y en esta obsesión encontramos dos plantas que fueron muy singulares y desarrollamos un trabajo importante con ellas. Una es el aloe vera, una planta que hasta entonces no se comía y a la que nos acercamos porque habíamos leído en algún sitio que era considerada la reina de las plantas. Y como somos cocineros, la echamos a la cazuela y vimos que se podía domesticar para hacerla comestible. Después de conseguir la técnica para domesticarla, vimos que tenía aplicaciones: gelificantes, estabilizantes, emulgentes… y empezamos a trabajar con ella. Paralelamente apreció en nuestras vidas la stevia rebaudiana, que es una planta de origen paraguayo de la que se decía que estaba prohibida. Cuando te dicen que una planta es edulcorante, buena para los diabéticos y que además está prohibida, inmediatamente quieres saber qué es eso. Así que empezamos a investigar sobre ella y conseguimos traer esquejes al restaurante para plantarla. Nos dimos cuenta de que era una planta fantástica, y de que además de ser buena para los diabéticos podíamos cocinar con ella. De este modo, creamos un plato con foie-gras que representa la sensibilidad con el mundo vegetal a través de dos plantas, una de las cuales no se comía hasta entonces y que nosotros logramos hacer comestible y otra que estaba prohibida y que a día de hoy está regulada y es uno de los iconos del movimiento *Slow* Food en el mundo.

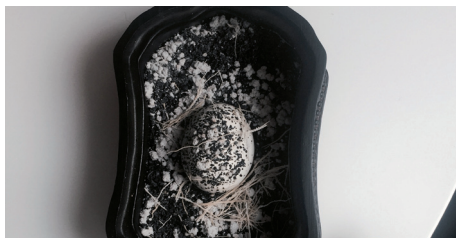
6. Salmonete Azafrán Mark Rothko (2007)
Hacia el año 2001 o 2002 unos cuantos cocineros de mi generación empezamos a despuntar y a tener cierta notoriedad mediática por el trabajo que estábamos desarrollando. Teníamos sensibilidades comunes, bebíamos de las mismas fuentes y todo ello se materializaba en obras auténticas, pero que tenían similitudes. Coincidíamos en creaciones, armonías, técnicas, productos, estética… Íbamos a los mismos congresos, comíamos en los mismos restaurantes, leíamos los mismos libros… Así que decidí apartarme de todo lo que tuviese que ver con la información gastronómica: dejé de leer libros, revistas, foros… intentando mantenerme al margen y poderme liberar de las corrientes que nos unían a todos. Pero tenía que buscar algo que me enriqueciese, otras fuentes de inspiración, y encontré refugio en el mundo del arte. Empecé a leer libros de arte y a visitar museos, más que mercados, y galerías, más que restaurantes. De algún modo esa sensibilidad se fue amalgamando y se tradujo en una manera concreta de escenificar. En aquella época ya habíamos hecho un plato que se llamaba Ostra Guggenheim Bilbao, en homenaje al arquitecto Frank Gehry y al museo, habíamos hecho platos arquitectónicos y escultóricos… y en un momento dado di con este pintor, Mark Rothko, ruso afincado en Nueva York y uno de los líderes de la pintura abstracta. Todos los cuadros de Rothko que yo conocía llevaban el nombre de los colores que el pintor utilizaba, excepto este, de 1957, que tituló "Azafrán", precisamente una de las especias más características de mi entorno y de la cocina mediterránea. A partir de la palabra "azafrán" y de la estética del cuadro, me inspiré para construir armonías de productos que funcionaran con esa especia.

7. Mesa con siete patas (2011)
En 2011 cambiamos sustancialmente de estilo. Abandonamos todas las líneas argumentales de nuestra obra para construir otra desde cero. Esta mesa con siete patas representa una nueva forma de abordar la alta cocina, planteada inicialmente sobre la esencia de nuestro entorno, para construir un discurso transgresor y aún más personal. Apoyándonos en todo el conocimiento adquirido en los anteriores 20 años queríamos dar una relevancia a los productos autóctonos pero para construir a partir de ellos un discurso libre. Si en los 90 utilizábamos el producto del entorno como memoria gustativa, ahora nos servía para construir algo absolutamente nuevo. La mesa es el escenario donde todo sucede, y también la quise revisar. Uno de los tics propios de la alta cocina es el mantel, las flores y todo lo que viste la mesa. En primer lugar suprimimos el mantel y creamos una mesa que tuviese que ver con los materiales de las mesas tradicionales de esta tierra: madera maciza y mármol. Descartamos el mármol porque nos daba cierta frialdad al tacto y decidimos hacerla de madera maciza, lacada en blanco para transmitir la pureza de la mesa y la limpieza que te puede transmitir un mantel. Cada una de esas mesas tiene siete patas distintas, que habíamos visto en otras tantas mesas tradicionales, y están inspiradas en la obra del diseñador Jaime Hayón. Se trataba, por tanto, de cambiar el escenario desde la raíz, desde la misma mesa, diciéndole al mundo que en mi tierra, tanto en las casas burguesas como en las de los campesinos, nunca ha habido mantel de lino hasta el suelo. Y era también una manera de dar un giro a la escenografía habitual en los grandes restaurantes.

8 **Pétalos de rosa (2012)**
Este plato tiene mucho que ver con el nuevo planteamiento. Representa una liberación de los clichés, una manera de enfrentarse a la comida de una forma mucho más desenfadada. En mi restaurante planteo comer una parte del menú en el jardín, teniendo en cuenta que una parte de la autenticidad de mi territorio es el hábito de tapear en las terrazas. La rosa se ofrece en el exterior del restaurante, como bienvenida. La interacción entre el cocinero y el cliente se da así de una manera más desenfadada, pero no por ello menos solemne, menos académica o peor.

9. Tres estrellas Michelin.
El 22 de noviembre de 2012 se presenta la Guía Michelin del 2013 en el Hotel Ritz de Madrid y nos conceden la tercera estrella, el máximo reconocimiento posible para un cocinero y su restaurante. Supone la culminación de una carrera que en aquel momento llevaba 24 años en marcha y también el espaldarazo a esa nueva línea que habíamos emprendido a partir del 2011 y que había generado tantas dudas a nuestro alrededor, entre personas que no entendieron que me hubiese atrevido a tomar un camino mucho más transgresor. Michelin nos dijo: "Sólo nos importa una cosa: que seas el mejor. Si lo que estás haciendo es auténtico, que lo es, tienes que ser perfecto". Esa tercera estrella reconocía ese nuevo estilo y catapultaba nuestra carrera profesional.

10 Esturión (2014)
Este es un plato que tiene mucho que ver con el menú de 2014, que denominamos "Tomorrowland". Quería ser un alegato por un mundo sostenible, reflexionando sobre nuestros actos y cómo afectan a la vida cotidiana, a la naturaleza, a los productos y las formas de vida. El esturión se sacrifica para utilizar tan sólo sus huevas antes de que desove. Siempre nos habían dicho que su carne no era noble, que era seca… Así que planteamos un plato en el que todo lo que se come es esturión, desde la piel y las escamas hasta la carne y, evidentemente, las huevas. Sacrificamos el animal, pero también nos lo comemos entero, del mismo modo que no sacrificamos una vaca para comernos sólo el solomillo. Buscábamos un planteamiento sostenible, representado en un plato de bocado que se come con las manos, como todos los pescados en mi restaurante.



11 Huevo entre cenizas (2015)
Este es uno de nuestros últimos platos y representa nuestros viajes, lo que hemos ido encontrando, pero también un estado de ánimo, una búsqueda más en mi interior que en el paisaje exterior. El huevo es el símbolo del nacimiento y las cenizas representan la muerte. En este 2015 vamos a incluir tres veces más platos que en un año normal. Hemos empezado con dos menús. Uno es el de los "históricos", con 30 o 35 platos, bocados, tapas, snacks…, algunos de los cuales hemos mencionado en esta declinación de mi obra, y el otro es una recopilación de nuestras últimas creaciones y está compuesto ahora por unos 40 platos. Por lo tanto, ahora mismo tenemos unas 70 creaciones en activo. Pero, además, queremos cambiar el menú otras dos veces este año. Entre abril y agosto introduciremos otras 40 creaciones y desde agosto hasta el cierre, en noviembre, otras 40. Así que se trata de un trabajo de dinamismo creativo muy poderoso. No nos gusta incubar creatividad, porque la envejecemos en nuestro interior y el cliente no llega a disfrutarla, así que vamos a quemar toda la pólvora para liberarnos de cualquier idea suelta, porque las materializaremos todas. Será como la parte final de una mascletá, cuando todo explota y parece que el mundo se viene abajo. Y entiendo que después de esta mascletá lo que va a quedar es vacío, un vacío creativo que quiero creer propiciará un nuevo cambio.

MALLORCA
Luis Javier Aznar Bienzobas
Restaurante H10 Punta Negra Resort. Calvià.

Macarena de Castro Martín
Restaurante Jardín. Alcudia.

José Javier Arca Pérez
Restaurante Can Bergants. El Arenal-Lluc Mayor. Palma.

Gerardo Deymier
Restaurante Port Petit. Cala d'Or.

Manuel Fajardo Ruiz
Restaurante Casa del Virrey. Palma.

Francisco García Arranz
Restaurante Hotel Sunwing Resort. Alcudia.

Jordi Guillem Bosch
Artà.

Tomeu Marti Lafuente
Tahini Sushi Bar y Restaurant. Palma.

Marco Antonio Palenque Paz
Restaurante Masai. Hotel Luabay La Cala. Palma.

Koldo Royo Coloma
Restaurante El Perrito Cervecero. Palma

Gerard Charles Tetard
Hotel Restaurante Les Rotges. Cala Ratjada

IBIZA
Moisés Machado Tamayo
Restaurante Cana Sofía. Cala Vadella. Sant Josep.

MENORCA
Silvia Anglada Pérez
Es Tast de Na Silvia. Ciutadella de Menorca

Daniel González Mora
Restaurante Sa Pedrera d'es Pujol. Sant Lluis.

Antoni Tarrago Costa
Es Tast de Na Silvia. Ciutadella de Menorca

Baleares.

La inimitable personalidad de las Baleares se pone de manifiesto en esta nueva entrega de La Comunidad, en la que el delegado de Euro-Toques en las islas, Koldo Royo, nos habla de la situación de la gastronomía local, sus logros y dificultades y sus productos más emblemáticos, además de ofrecernos algunas pistas para conocer Mallorca, Menorca, Ibiza y Formentera en su máximo esplendor.

Lo viejo y lo nuevo

Es un privilegio estar viviendo la evolución que se está produciendo ahora mismo en las islas, porque si bien es cierto que el *boom* turístico trajo una cierta desorientación, tanto en términos gastronómicos como en las propias construcciones de establecimientos turísticos, hace ya unos 15 o 20 años que se está dando, por una parte, la madurez de los cocineros que empezamos en ese inicio del cambio y la recuperación de las buenas tradiciones actualizadas y, por otra, la espontaneidad y frescura de los jóvenes cocineros. Lo emocionante de este momento es que, en lugar de tirar cada uno por su lado, se está dando un interesantísimo intercambio entre cocineros sénior y júnior, y eso está teniendo consecuencias muy positivas para unos y otros, generando un panorama en el que encontramos variedad y calidad de restaurantes en los que disfrutar tanto de una cocina basada en los platos típicos tradicionales –pero, ahora sí, recuperados respetando su esencia–, como de otra que ofrece las últimas técnicas aplicadas también a productos locales. Además, cada vez podemos encontrar más hoteles (y no sólo estoy hablando de pequeños hoteles rurales, sino también, y esto es lo interesante, de otros pertenecientes a grandes cadenas), que están desarrollando conceptos de gastronomía muy cuidada, con menús muy atractivos, cercanos a este movimiento de calidad del que acabo de hablar. Y otra cuestión importante: Baleares es una de las regiones de España donde más cocineras están destacando. Las hay muchas y muy buenas y son un ejemplo para todos.

Del cerdo (negro), hasta los andares

Sin tuviese que elegir un producto representativo de la comunidad, sin duda escogería alguno relacionado con el cerdo negro autóctono: el *saïm de porc negre* (manteca de cerdo negro) o la sobrasada. El primero es una grasa de calidad que, poco a poco, ha ido despareciendo en otras regiones de España, mientras que aquí se mantiene tanto en la cocina tradicional cotidiana como en las nuevas interpretaciones de la cocina profesional. En el fragante aroma de la manteca de gran calidad se resume toda una cultura, que la utiliza no sólo en los platos de cocina salada, sino también y muy especialmente en las elaboraciones de horno (si no habéis probado un buen milhojas de manteca de cerdo, os invito a que lo hagáis, está al mismo nivel que un hojaldre de mantequilla). Dentro de estas últimas, el dulce más emblemático e internacionalmente conocido es la ensaimada (que podría traducirse como "enmantecada"). En cuanto a la sobrasada, es el producto de chacinería más importante en Mallorca y algo que no sólo pertenece a la tradición o a la industria artesana y a gran escala, sino que también está de actualidad en las numerosas matanzas que se celebran en las casas particulares.

Momentos ideales para visitar Baleares

Cada isla es un mundo, todas ellas tienen momentos especiales. Si vais a Menorca, no podéis dejar de vivir la fiesta de Sant Joan (junio), y digo "vivir" porque es espectacular y vibrante. Y no dejéis de probar su refrescante "pomada", cóctel tremendamente popular realizado con la ginebra autóctona Gin Xoriguer y limonada.

Si vais a Ibiza en mayo ya podréis disfrutar de todos los atractivos de playa, pero con un aire de mayor calma, que se corresponde más con la idiosincrasia tradicional de los isleños. En concreto, en Santa Eulalia, el primer domingo de mayo, se celebran varias leyendas relacionadas con la Iglesia Vella, una celebración bonita y popular con bailes antiguos que permite conocer una faceta totalmente distinta de esta isla

Si preferís Formentera, aunque a lo largo de todo el verano hay numerosas y muy bellas fiestas populares, aconsejaría una por lo inusual: la Misa del Gallo en Nochebuena, declarada Bien de Interés Cultural. En ella se interpretan las Caramelles de Nadal, antiquísimos cánticos que anuncian el nacimiento de Jesús y que sustituyen a la tradicional homilía.

Y si venís a Mallorca, podéis elegir una época pre-primaveral, en febrero y marzo, para conocer el interior y ver el espectáculo de sus floridos almendros y naranjos, y el no muy usual manto verde en los campos. Pero si sois más de playa, sin duda, venid en octubre, cuando el clima permite disfrutar de sus playas (con metros entre bañista y bañista, una brisa refrescante y largas horas de sol) y, al mismo tiempo, de sus bellísimos paisajes de interior que, en esta época, son un espectáculo con esos tonos grisazulados que tan bien han plasmado tantos pintores.

Orientalización y horarios

Los problemas de la profesión en Baleares son los mismos que podemos encontrar en la Península, quizá porque los medios de comunicación y el transporte facilitan que las buenas y menos buenas influencias se extiendan con rapidez por las distintas regiones de España. Si tuviese que destacar dos, podrían ser: la tendencia a veces excesiva a rendirse a los encantos (que los tiene, y muchos) de la cocina oriental, es decir, el peligro de "orientalizar" los platos, una orientalización que se queda en la estética, a veces ni siquiera bien traducida, cuando lo realmente importante es captar la esencia de esa cocina milenaria y aplicar sus buenos conceptos a la personalidad gastronómica que tenga cada uno. Y el otro son los horarios. Ya sabemos que la cocina tiene horarios largos, pero en zonas especialmente turísticas (ya se sabe, hay que atender a primerísima hora a los visitantes de países con otros horarios, pero también por supuesto al español, que no suele sentirse cómodo almorzando a una de la tarde, por ejemplo) estos horarios se alargan tanto que provocan rechazo entre los jóvenes, que no siempre persisten en su trayectoria profesional

Tres tesoros ocultos

El *camaiot* es un embutido no muy conocido, de color negro, tremendamente aromático y con una textura que recuerda a la del fiambre de cabeza de jabalí casero. Está delicioso tal cual, con una rebanada de pan payés y unas aceitunas *trencades* (amargas, que contrastan con el dulzor natural del cerdo), o como embutido en guisos de legumbres.

Si hablamos de bebida, escogería el palo, un aperitivo muy curioso, bastante astringente y con toques de caramelo tostado, que se toma muy frío, mezclado con sifón, y que, si bien no se le parece en sabor, viene a jugar el mismo papel que el vermut en otras zonas.

Y como especia, el pimentón *tap de cortí*, que, sin desmerecer al pimentón de la Vera o a otras variedades nacionales, tiene un aroma sutil y absolutamente refrescante que vale la pena investigar (es el que se utiliza o se debería utilizar siempre para elaborar la sobrasada, pero aporta su aroma y brillante color a cualquier receta que admita pimentón).

Logros de los cocineros baleares

Hemos mantenido la calidad, hemos mejorado la profesionalidad, y nos hemos acercado al producto local aun en los años peores de la crisis. Hoy en día las islas son una de las tierras donde más relación hay entre cocina y proveedores locales

Cuidar de los hornos artesanos

Hay que mimar todos los productos artesanos, porque su producción siempre entraña dificultades, como es el caso de los buenos productos de horno. En las islas, a excepción del norte de Mallorca, y de Menorca (seguramente por influencias francesas e inglesas) y a pesar de que van surgiendo pastelerías de gran calidad, no hay una gran tradición repostera, pero sí una buenísima tradición de horno (empanadas, ensaimadas, panes locales, *crespells*, *robiols*) que corrió serio peligro hasta hace pocos años, al haberse ido sustituyendo las harinas tradicionales (como la de *xeixa*, o la de *blat mort*) por compuestos estándar. Sin embargo, poco a poco, y gracias al trabajo de recuperación de harineros y de los profesionales del gremio, podemos volver a disfrutar de panecillos tan especiales como los *llonguets*, las auténticas empanadas de carne, o los sabrosísimos *cocarrois* de verduras. Aparte del tema del horno, hay otros productos que, si bien existen también en otros lugares de España, tienen aquí, debido al clima y a otros factores, unas características que los convierten en únicos, y empieza a ser difícil el encontrarlos, como los orejones de albaricoque mallorquín (nada que ver con los orejones dulces de otras tierras, los de aquí son absolutamente *umami*), o la jugosa y dulce almendra mallorquina.

Un plato tradicional

Las sopas secas mallorquinas. Es una receta ancestral que resume lo mejor de la cocina payesa y en la que se utiliza un pan especial (*pa de sopes*) pensado para que la miga no se hinche en exceso y se deshaga, sino que simplemente se humedece manteniendo su forma, así como todos los productos de la huerta local. Cada casa tiene su receta, pueden prepararse todo el año, aprovechando las hortalizas de temporada, y están buenas en su forma caldosa o seca, fría o caliente

Un palacio necesario

Es imprescindible que se finalice la eterna obra del Palacio de Congresos de Palma, porque supondría un importantísimo flujo de personas, ideas y financiación. Su activación beneficiaría no sólo a la propia isla de Mallorca, sino a todas las demás. Sinceramente, los isleños, y especialmente los mallorquines, nos sentimos avergonzados de que un destino turístico y de congresos internacionalmente conocido, como es Palma de Mallorca, no cuente con un espacio adecuado para estas actividades.

Un día perfecto en las islas

Como la imaginación es libre…Despertaríamos en la playa Es Racó de s'Alga de Formentera para ver amanecer. Tras el espectáculo, llegaríamos hasta Mallorca para desayunar una ensaimada recién horneada en Valldemosa, salir a continuación de paseo por toda la Costa Norte y, desde luego, haríamos parada en Sóller, donde tomaríamos el tranvía hasta su puerto para el aperitivo. Picaríamos unos taquitos de queso mahonés en Menorca para después comer una suculenta caldereta de langosta. Echaríamos la siesta en Ibiza, que nos dejaría como nuevos para deambular por sus mercadillos nocturnos, cenar por la calle paseando y… ¿quién nos lo iba a decir?: ya estamos de nuevo viendo la salida del sol desde cualquiera de sus espectaculares discotecas, donde hemos bailado toda la noche y brindado por los buenos amigos.

diálogos de cocina 2015. Vanguardias

9 de Marzo de 2015, Primer día:

Primera sesión. Mañana: ***Vanguardias y arte.***

9.00: Acreditaciones.

9.15-9.45: Presentación y bienvenida.

9.45-10.40: ***¿Cómo cambian las vanguardias artísticas los comportamientos sociales?*** **Carlos Granés**

10.40-11.40: ***¿Qué se entiende por vanguardia?*** **Vicente Todoli** entrevistado por **Lourdes Fernández**, directora de La Alhondiga de Bilbao.

11.40-12.10: Pausa café.

12.15-13.45: ***¿Qué tiene la cocina que aprender de y aportar a las vanguardias artísticas? ¿Y qué aportan las vanguardias artísticas a la cocina?*** Diálogo **Franc Aleu** y **Andoni Luis Aduriz**. Modera **Guille Viglione**.

13.45: Comida.

Segunda sesión. Tarde: ***Vanguardias y diseño.***

15.30-16.30: ***¿Cuáles son las tendencias de futuro en el ámbito del diseño?*** **Martín Azua**

16.30-17.30: ***¿Qué es vanguardia en moda?*** **Aran Azkarate** y **Andrés Iglesias** (Comme Des Machines)

17.30-18.30: ***¿Cómo diseñar la experiencia culinaria del futuro?*** Tormenta de ideas, sesión de creatividad. 4 cocineros y un dinamizador. Dinamiza: **Luki Huber** (Manual Thinking)

10 de Marzo de 2015, Segundo día:

Primera sesión. Mañana: ***Vanguardias tecnológicas.***

9.30-10.30: ***¿Cómo será la tecnología del futuro?*** **Juan Manuel Barrionuevo**

10.30-11.30: ***Experiencias con nuevas tecnologías en gastronomía: diseño de nuevas interfaces.*** **Adrian Cheok**, Inhedit (**Kike Algora y Javier Portolés**) *"Máquinas que fabrican emociones"*

11.30: Pausa café.

12.00-13.00: ***Usos de la tecnología en la experiencia del comensal.*** Diálogo **Adrian Cheok, INHEDIT y Mario Sandoval y Paco Morales.**

13.00-13.45: ***La comida perfecta.*** **Charles Spence**

13.45: Comida.

Segunda sesión. Tarde: ***Comunicación en / sobre vanguardia.***

15.30-16.30: ***¿Cómo nos comunicamos hoy día?*** **Genis Roca**

16.30-17.30: ***¿Están los medios de comunicación enamorados de la cocina?*** Diálogo: **Macarena Rey, Benjamin Lana, Lisa Abend.** Modera **Mikel López Iturriaga.**

17.30-18.30: ***¿Cómo socializar los logros de la innovación culinaria? ¿Cómo hacer llegar la vanguardia culinaria al público?*** Diálogo: **Luciana Bianchi, Cristina Martínez "Garbancita", Cristina Jolonch y Pilar Salas.**

organizan:

Euro-Toques
COMUNIDAD EUROPEA DE COCINEROS

basque culinary center

diálogos cocina
sinergias, cultura, ciencia e innovación

LISA ABEND es periodista. En la actualidad vive y trabaja en Copenhague. Fue durante años corresponsal de Time Magazine en España. Ha colaborado con las más prestigiosas publicaciones gastronómicas de EE.UU: New York Times, Los Angeles Times, Slate y Christian Science Monitor entre otros. Asimismo, ha trabajado para la Public Broadcasting Service (PBS) en la serie "Diary of a Foody". Ha sido profesora de historia de España en Oberlin College (Ohio, EE.UU.). Ha escrito The Sorcerer's Apprentices, traducido al español como Los aprendices de brujo: Una temporada en la cocina de El Bulli de FerranAdrià.
http://www.lisaabend.com/

ARAN AZKARATE Y ANDRÉS IGLESIAS. Aran Azkarate, vive y trabaja en Bilbao. Forma junto con Andrés Iglesias *Comme Des Machines*, una consultoría especializada en la intersección de la moda y la tecnología, en el cambio, en lo que está por venir. Alineados con conceptos como la innovación, la sostenibilidad, lo slow, trabajan en la construcción de nuevos paradigmas vinculados a lo digital. Desde julio de 2014, junto con el tecnólogo Carlos Santos, aportan soluciones impresas en 3D dirigidas a la industria de la moda: piezas, accesorios y fornituras impresas en PLA, un polímero biodegradable. Aran es una blogger de referencia en el ámbito de la moda (Miss & Mister AA), así como una usuaria muy activa en las redes sociales (Facebook y Twiter).
http://commedesmachines.es/about/

MARTIN AZUA es licenciado en Bellas Artes, especialidad diseño, por la Universidad de Barcelona y postgraduado en arquitectura y diseño de montajes efímeros por la Universidad Politécnica de Cataluña. Inicia su carrera como diseñador independiente trabajando para empresas como Pai Thio, Metalarte o Carpyen. En 2004 crea el estudio AzuaMoliné. Ha mostrado su trabajo en numerosas exposiciones individuales y colectivas ("Abitare il tempo" en Verona; "Air en forme" en el Musée du Design de Lausanne o "Living in Motion" en el Vitra Design Museum). Sus propuestas se han publicado en prestigiosas revistas nacionales e internacionales. Entre sus proyectos más conocidos están la "Casa Básica" que desde el 2007 forma parte de la colección permanente del MOMA de New York, las medallas de los campeonatos del mundo de Natación Barcelona 2003, y el diseño de la Exposición SED para la Expo de Zaragoza 2008. En el ámbito de la gastronomía destaca la exposición "¡A la mesa! Diseño y comida". Es profesor de la Escuela Elisava de Barcelona.
http://www.martinazua.com/es/

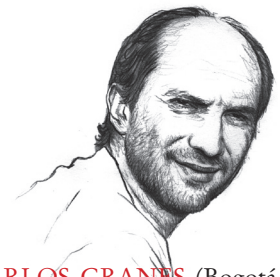
FRANC ALEU es video-artista. Vive y trabaja en Barcelona. Desde 1990 su actividad va dirigida al ámbito del vídeo y el audiovisual. Ha colaborado habitualmente con La Fura dels Baus y con artistas de prestigio como Jaume Plensa (La Atlantida). Ha sido autor de la nueva versión escénica de El Martirio de San Sebastián de Claude Debussy, en la que ha trabajado con el dramaturgo Manuel Huerga. Entre sus video-creaciones destacan los trabajos realizados para las óperas Fausto 3.0, La condenación de Fausto (Berlioz), ambos montajes de La Fura dels Baus. Ha codirigico con Manuel Huerga el film Hijos del agua con el que ha ganado numerosos premios internacionales. Asimismo ha realizado numerosos trabajos en el ámbito de la ópera a nivel internacional, así como obras videográficas dedicadas a relevantes artistas:Richard Wagner, Karl Heinz Stockhausen, Merce Cunningham, entre otros.

http://www.francaleu.com/works/all/ Recientemente ha publicado Emociones e Inteligencia Social: Las claves para una alianza entre los sentimientos (2007 y 2010) y la razón y Cómo percibimos el mundo: una exploración de la mente y los sentidos (2012).

JUAN MANUAL BARRIONUEVO Co-Fundador y responsable de Estrategia de la Red de Fondos Amerigo (inversiones de seed, venture y growth capital). Ingeniero de Telecomunicaciones por la Universitat Politècnica de Catalunya, Master of Science in Electrical and Computer Engineering por Duke University, Corporate PMD por ESADE y PDG por IESE. Profesional en el ámbito de las TIC, ha desarrollado los últimos 12 años de su carrera en el Grupo Telefónica. Miembro del Gabinete de Presidencia, 2005-2010, con amplias funciones de asesoramiento estratégico, financiero y tecnológico del presidente así como la identificación, elaboración y liderazgo de proyectos estratégicos. Co-Fundador y Vicepresidente de la Plataforma IESE Cities in Motion Strategies, presidida por Joan E. Ricart, director del Centro de Globalización y Estrategia en IESE Business School.

ADRIAN CHEOK es investigador (Londres). Se graduó en la Universidad de Adelaida (Australia), donde obtuvo también el grado de Doctor en Ingeniería. En la actualidad es director de la cátedra "Computación ubicua" de la City University London. Anteriormente fue profesor en las Universidades de Keio (Japón) y Singapur. Ha trabajado también en los laboratorios de investigación de Mitsubishi.

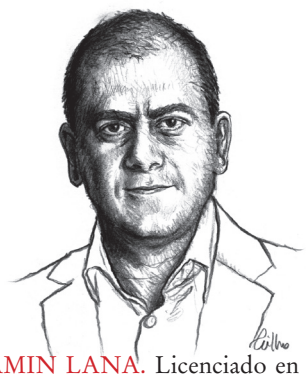
Es fundador y director del Mixed Reality Lab de Singapore. Su campo de trabajo son las interfaces humanos-ordenadores, la computación ubicua, los sistemas borrosos y la electrónica avanzada. A lo largo de su carrera ha obtenido numerosos premios y honores. Es editor jefe de varias revistas académicas: Transactions on Edutainment (Springer), ACM Computers in Entertainment y Lovotics: Academic Studies of Love and Friendship with Robots.
http://mixedrealitylab.org/



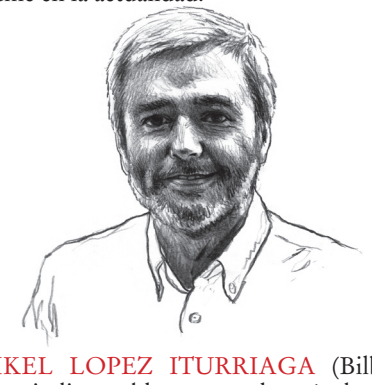
CARLOS GRANÉS (Bogotá, Colombia), es Doctor en Antropología por la Universidad Complutense de Madrid, donde desarrolló la tesis Antropología del arte, Premio Extraordinario de Doctorado. En 2008, publica La revancha de la imaginación. Antropología de los procesos de creación: Mario Vargas Llosa y José Alejandro Restrepo. En 2011 gana el prestigioso Premio Internacional de Ensayo Isabel de Polanco con el libro El puño invisible: arte, revolución y un siglo de cambios culturales. Desde 2006 es colaborador habitual de la revista Letras Libres y desde 2010 publica ensayos sobre literatura en la sección de cultura del diario

LUKI HUBER Manual thinking (Barcelona). Luki Huber fundó su estudio de diseño de producto en 1999 en Barcelona tras cursar estudios de diseño industrial en el Schule für Gestaltung en Lucerna y en la Escola Massana de Barcelona. Después de proyectos iniciales para empresas locales como Cerabella y Xocoa, Luki Huber trabajó de manera exclusiva en el equipo creativo de elBulli entre 2002 y 2005. Adicionalmente a su uso en el restaurante, los productos que resultaron de la combinación de diseño y gastronomía han sido expuestos en el Centre Pompidou de Paris, y parcialmente comercializado bajo la marca Faces. A continuación, inicia una colaboración estrecha con la marca española de cocina Lékué. Simultáneamente, ejerce de profesor en EINA, Escuela de Arte y Diseño en Barcelona entre 2005 y 2010. Últimamente, su estudio ha puesto énfasis en la exploración y desarrollo de metodología y herramientas para mejorar el trabajo creativo en equipo. Fruto de este enfoque es la creación de la herramienta Manual Thinking, que se comercializó en 2012.
http://www.lukihuber.com/

INHEDIT (Kike Algora y Javier Portolés "Máquinas que fabrican emociones".) es una empresa de E-COMM GROUP cuyo objeto es ofrecer a organizaciones y profesionales el diseño y ejecución de proyectos integrales de entornos, y otros elementos, capaces de generar emociones. Asimismo proporciona la definición de experiencias exclusivas únicas en esos entornos o nuevos elementos e incluso colaborar en su plan de explotación. InHedit es la primera empresa dedicada a la "edición de experiencias emocionales" que bajo los principios del Diseño Orientado por las Personas, el Diseño Universal y la Ingeniería Emocional propone elementos y experiencias únicas adaptados al modo de vida actual y a los nuevos modelos de negocio. InHedit surge de la sinergia entre un equipo multidisciplinar de profesionales de los ámbitos de la ingeniería, arquitectura, diseño de superficies y gestión de proyectos con 20 años de experiencia, y un Grupo empresarial con más de 15 años de liderazgo en el marketing on-line, plataformas tecnológicas de conectividad, y proyectos TICs, implantado en Europa y Sudamérica.



BENJAMIN LANA. Licenciado en Ciencias de la Información, Benjamín Lana (Madrid) acumula una experiencia de más de dos décadas dedicadas al ejercicio del periodismo y al desarrollo de nuevos proyectos editoriales. Se inició en la radio pública vasca y fue editor de uno de los primeros proyectos de prensa local que se extendieron por España a principios de los noventa. Entre 1998 y 2000 dirigió el Gabinete de Comunicación de la Universidad del País Vasco, donde ensayó los servicios digitales pioneros de difusión de información. Su experiencia en medios impresos se acredita con su paso por cabeceras de difusión nacional como El Mundo o en regionales como El Diario Vasco, El Correo y El Comercio, periódico este último del que llegó a ser director adjunto y jefe de información. Tras prestar sus servicios en estos tres diarios de Vocento, Benjamín Lana se trasladó a Madrid a finales de 2007 para ser director de Innovación y Desarrollo Editorial del grupo, área enmarcada en la Dirección Editorial de Medios Regionales, cuya dirección asume en la actualidad.



MIKEL LOPEZ ITURRIAGA (Bilbao) es periodista y bloguero, y lo más decente que ha hecho en su vida es crear El Comidista en 2009. Escribe en EL PAÍS y habla en el programa 'Hoy por hoy' de la Cadena Ser, después de haber pasado por Canal +, El País de las Tentaciones, Ya.com o ADN. Aprendió a guisar con su madre y, después, en la Escuela Hofmann, pero sigue siendo cocinillas antes que cocinero.
http://blogs.elpais.com/el-comidista/

ANDONI LUIS ADURIZ Después de finalizar sus estudios en la Escuela de Hostelería de San Sebastián, trabajó con Ramón Roteta, Hilario Arbelaitz, Jean Louis Neichel, Juan Mari Arzak, Fermín Arrambide y Pedro Subijana entre otros. Durante los años 1993 y 1994 formó parte del equipo de El Bulli, dirigido por Ferran Adriá. En 1996 fue de jefe de cocina con Martín Berasategui. En 1998 empezó su trabajo en solitario en Mugaritz, restaurante que dirige desde entonces y que ha sido galardonado con diferentes premios y reconocimientos. Ha participado en numerosos congresos nacionales e internacionales. Colabora con AZTI-Tecnalia, centro pionero y referente en el mundo, así como con el Instituto Ibermática de Innovación en el estudio de la creatividad en el sector de la restauración. Es miembro de la Junta Directiva de Innobasque, la agencia vasca para la innovación. Forma parte de la directiva de Euro-Toques, organización internacional de cocineros que integra a más de 3.500 profesionales de 18 países. Es creador y promotor de Diálogos de cocina y artífice de Papeles de Cocina, la publicación oficial de Euro-Toques en España. En el ámbito del arte ha colaborado con La Fura dels Baus en el montaje de Degustación de Titus Andronicus y realizado el documental Mugaritz B.S.O.
www.mugaritz.com

MACARENA REY Es productora ejecutiva de MasterChef y MasterChef Junior. Macarena (Madrid) es licenciada en Administración y Dirección de Empresas y posee una extensa carrera en televisión, en muchos y distintos géneros y sectores, incluyendo su labor como Directora General del área de Producción de Canal+ España, donde fue responsable de supervisar toda la producción propia de la cadena; y Directora de Contenidos de Telefónica Media, donde fue responsable de coproducciones internacionales de cine y televisión con HBO y Fireworks entre otras. En 2008 fue designada Directora General de BocaBoca Producciones y, desde 2011, es responsable de operaciones para España y Portugal de Shine Group desde 2011.
http://shineiberia.tv/people/

CHARLES SPENCE Investigador, es director del Crossmodal Research Laboratory de la Universidad de Oxford. Su trabajo se centra en cómo percibimos nuestro entorno, en cómo nuestro cerebro se las apaña para procesar la información que recibe a través de los sentidos. Aplica el conocimiento obtenido en sus investigaciones a la optimización del diseño de comida multisensorial, así como al diseño de productos, interfaces y entornos innovadores. Ha asesorado a numerosas compañías multinacionales sobre diseño multisensorial, empaquetado y diseño de marca. Ha colaborado con el chef Heston Blumenthal en la concepción de alimentos que maximizan la actividad de los sentidos y publicado más de 500 artículos en revistas científicas, recibiendo numerosos premios, entre otros el IG Nobel Prize por su rupturista investigación sobre “sonidos crujientes”.
http://www.psy.ox.ac.uk/team/principal-investigators/charles-spence

GENIS ROCA Experto en redes (Barcelona). Es socio director de RocaSalvatella, una empresa de consultoría estratégica que acompaña a las empresas en su transformación digital. Ha sido director general de Infonomia y gerente de las iniciativas en Internet de la Universitat Oberta de Catalunya. Anteriormente fue director de microinformática en la Universitat Autònoma de Barcelona. Es arqueólogo de formación, especializado en Paleolítico Inferior. Es también licenciado en Historia por la Universitat Autònoma de Barcelona y MBA por ESADE. Su expertise se centra en cómo la transformación digital está alterando los entornos personales, profesionales y empresariales. Genís Roca es un reconocido especialista en estrategia digital, análisis del entorno y modelos de presencia. Fue elegido en 2013 y en 2014 por el periódico El Mundo como uno de los 25 españoles más influyentes en Internet por su capacidad de interpretación de los cambios tecnológicos y socioeconómicos.
http://www.genisroca.com/

VICENTE TODOLÍ Comisario de arte. Vicente Todolí (Valencia) fue nombrado en 2002 director de la Tate Modern, Londres, uno de los principales museos a nivel internacional. Con anterioridad fue director del Museu de Arte Contemporânea de Serralves, en Oporto, Portugal. La carrera de Vicente Todolí en las artes visuales abarca más de 20 años e incluye puestos como responsable de conservación y director artístico del Institut Valencià d’Art Modern (IVAM) (1986-1996). Desde 2002 hasta 2007, forma parte de la Junta de la Fundación Internacional Manifesta. En la actualidad asesora al Museu d’Art Contemporani de Barcelona (MACBA), el Museu de Arte Contemporânea de Serralves, de Oporto, a la Fundació Merz, en Torino, la Fundación Botín, en Santander, y Kaldor Public Art Projects, en Sidney, entre otros. Su formación incluye estudios de posgrado en Historia del Arte como Fulbright Scholar, en la Universidad de Yale y la City University de Nueva York. Es Chevalier des Arts et des Lettres y recibió la orden de Santiago da Espada en Portugal en 2003.

diálogos cocina

sinergias, cultura, ciencia e innovación

San Sebastián 9 y 10 de marzo de 2015

"Vanguardias"

www.dialogosdecocina.com

secretaría técnica:

promueven:

proveedor oficial:

patrocinan:

colaboran:

organizan: