

Fronteras

...PANZA
ES PRIMERO
LIBERTAD. 33

Sabina no es socio
(porque no tiene panza) .

NO TENEMOS SUCURSALES
PERO SOMOS BUENOS CLIENTES
DEL SALON "TENAMPA"
EN MEXICO. D.F.

SOMOS DEFENSORES
DEL "NACO"

HECHO EN
MEXICO

Bienvenidos
mi casa es
tu casa

CIUDAD
NETZAHUALCOYOTL 1969
6399

ABRIMOS
TODO
EL AÑO

Barriga Llena
Corazón Contento

VIVA
MEXICO
CARRONES



La comida mexicana

conquista

España

Emprendedores mexicanos se establecen en *La Madre Patria* y, en un intento por ofrecer allá la verdadera cocina mexicana, acuerdan estrictas normas de calidad

texto y fotos: Guillermo Zenizo Lindsey

MADRID.- A poco más de nueve mil kilómetros de distancia entre México y España, la mesa está servida: todo tipo de tacos, mole, huaraches, huitlacoche, quesadillas, guacamole, chicharrón, carne al pastor, cochinita pibil, salsas, agua de guanábana, tequila, mezcal y cervezas mexicanas. Ya sea en un ambiente sobrio o uno recargado, donde puede existir, por ejemplo,

un recreado escenario de lucha libre, fotos de los ídolos del cuadrilátero, una bolería de zapatos y hasta un típico *Vocho* taxista estampado en la pared, además de otros objetos del imaginario colectivo mexicano, todas estas opciones tienen su lugar bien ubicado en la oferta gastronómica española.

Son alrededor de 200 los restaurantes de comida mexicana establecidos en la capital española y otras ciudades de esta nación peninsular, los que se han convertido en una opción más para el paladar local y el esparcimiento culinario, de tal manera que es común escuchar “vamos a un mexicano” para confirmar la preferencia por ellos. De hecho, el restaurante Tepic ganó en febrero pasado un premio como “mejor restaurante de comida extranjera”, mientras que una mención de honor en la categoría



A la izquierda Juan Diego Jasso, dueño de la cadena de restaurantes La panza es primero

cocinero fue para La Taquería del Alamillo, uno de los establecimientos gastronómicos mexicanos más antiguos de la ciudad.

Para evitar que cualquiera se convierta en un dudoso representante de la cocina nacional, como puede ser lo tex-mex, el gobierno federal mexicano arrancó en este país el programa piloto llamado “Sabores Auténticos de México” (SAM), mediante el cual pretende certificar a los restaurantes que ofrezcan platillos del país. Elaine Arozarena, presidenta del proyecto, señaló a *M Semanal* que calificar algún negocio como “restaurante auténticamente mexicano” implicará la verificación de que en la elaboración de los platos se utilicen ingre-

dientes provenientes de nuestro país y que el menú se apege a las recetas comúnmente utilizadas en territorio nacional. “Creo que lo auténticamente mexicano es el sabor, por eso el nombre”, expresó la promotora.

El objetivo de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación (Sagarpa) es aumentar las exportaciones de productos frescos o procesados en el país, uno de los criterios en que se basarán las categorías de certificación que habrá en el programa. Un antecedente del mismo se dio en Estados Unidos, sobre todo en Nueva York, donde se elaboró un catálogo de establecimientos que ofrecieran productos mexicanos ya sea como restaurantes o distribuidores, pero “en una segunda etapa se busca extenderlo al resto del mundo. En 2009 se inicia en Europa a través de España, ya que históricamente es el país más cercano a México y con el cual se podrá marcar las pautas hacia el resto de la Comunidad Europea”, establece el sitio oficial web de SAM. En su página de internet (www.saboresautenticosdemexico.es) puede consultarse un listado de los restaurantes mexicanos en territorios español y estadounidense que están siendo clasificados.

Con la creación además de una asociación de restauranteros mexicanos en España, promovida por la propia Arozarena, se busca articular una defensa de los intereses del gremio que permita facilitar la importación de ingredientes e incluso que se reconozca una categoría de chef mexicano para que puedan ser certificados como tales, como se hace en otros tipos de cocinas, lo que también será uno de los criterios para la evaluación del establecimiento dentro del programa.

GUSTO POR LO MEXICANO

“La comida mexicana pasó de ser una comida de moda a parte de la dieta del español”, afirmó Jorge Marín,

“Elixir de los dioses”



En La Botica de la Condesa se ofrecen pocos pero significativos platillos típicos, como mole o huaraches, pues su objetivo es introducir en el gusto español una de las bebidas más importantes de México: el mezcal. Al abrir sus puertas en Madrid, sumándose a las sucursales que ya existen en la capital mexicana, se considera la primer mezcalería de Europa dedicada a ofrecer en diferentes variantes y

sabores el llamado “elixir de los dioses”, obtenido del agave o maguey de forma artesanal por pequeños productores de zonas apartadas.

Aunque el tequila es el más conocido de los mezcales, hay otras denominaciones de origen. Más de 75 por ciento de las especies de agave del mundo se encuentran en México y de la mayoría de ellas se puede obtener mezcal, relata Ernesto Palafox,

encargado de relaciones públicas y socio de La Botica. “Nuestro objetivo primordial es posicionar el mezcal como la bebida de México, transmitiéndole al público la cultura acerca de su historia y sus bondades, realizando una contribución importante al desarrollo y bienestar de nuestros productores; por este motivo nos enfocamos a comercializar mezcales para alcanzar una expansión a nivel internacional”, consideró.

conocido como *Greñas*, uno de los dueños de la cadena de restaurantes La panza es primero, con casi una decena de sucursales en Madrid y una en Gijón, Asturias. Juan Diego Jasso Farías, emprendedor en España y quien tuvo un restaurante en Guanajuato, atribuye esta preferencia a la cercanía que Marín y otros españoles han tenido con los platillos en territorio mexicano gracias al aumento de su poder adquisitivo, lo que les ha permitido invertir en viajes. “Todo esto se deriva de la avalancha de visitas a México en los últimos 10 años, donde se engancharon con la cocina del lugar y buscan repetir la experiencia”.

Para Jasso Farías, uno de los principales atractivos del arte culinario mexicano es tanto su similitud con el de España como su diversidad ante él, ya sea por los tipos de ingredientes, picantes, frutas o el modo de hacerse de acuerdo a la región geográfica. “Ante la variedad de productos, el español tiende a experimentar otro tipo de sabores, de comidas, y al ser tan amplia (la oferta) se le hace atractivo”, indicó el también organizador de cursos de cocina mexicana en Madrid, con amplia aceptación entre la población local. Sin embargo, como comenta Eduardo, para un español que por cuestiones laborales, familiares y de placer ha viajado a México, es importante identificar los lugares en España donde el sabor sea lo más cercano al país latinoamericano, porque no todos satisfacen.

Él es uno de tantos madrileños que, junto con los mexicanos de diferentes partes del país que añoran su tierra y se sienten así más cerca de su patria, acostumbran visitar ciertos lugares de comida mexicana que han señalado como sus preferidos. Los hay desde taquerías con decoración sencilla, como la de cualquier bar o cafetería español, con algunos elementos aztecas pero con auténtico sabor mexicano, hasta los restaurantes sofisticados. Los precios también varían dependiendo del establecimiento y del platillo. “Es siempre un fenómeno curioso porque nada parecía predisponer al cliente hispano a la presencia generalizada de picantes poderosos, pero los jóvenes han abrazado sin dudar esa cocina tan exótica, la más auténtica y autóctona de las Américas, y de ahí su crecimiento”, escribió en *El Mundo* Fernando Point, crítico y cronista de restaurantes de ese periódico.

LA COMIDA Y EL RECUERDO SON PRIMERO

Esta “conquista a la inversa”, como se le ha llamado, ha sido el resultado del carácter emprendedor de mexicanos que han venido a vivir en España y que ofrecen a sus paisanos lo que podría llamarse acá “productos de la nostalgia”, a la vez que ofrecen a los lugareños una muestra de la riqueza culinaria del país. La curiosidad sobre lo que se hacía en la llamada *Madre Patria* trajo a Jorge Marín, *Greñas*, a incursionar en la industria restaurantera española, primero como trabajador de un grupo alimenticio, después como socio de un amigo de Joaquín Sabi-



na y luego como empresario. “España gastronómicamente siempre ha sido muy interesante, tenía ganas de aprender qué había en este hervidero de bares y restaurantes siendo tan pequeños”, explica a *M Semanal* el hombre que acostumbra a viajar en motocicleta por la ciudad.

Los establecimientos de la cadena La panza es primero, integrados en el grupo No somos socios, se distinguen por la saturación de elementos decorativos con alusiones a la lucha libre, a los juguetes tradicionales, piñatas, música y diversos elementos folclóricos, ya sean frases o íconos como los del Día de Muertos, hasta los típicos anuncios de productos populares que uno podía ver normalmente en la “tiendita de la esquina”. En uno de los lugares los asientos están forrados de historietas de *Memín*

Tortillas “reales” de nixtamal

En medio de un barrio dominado por dominicanos hay una diminuta calle donde puede percibirse un ruido leve, y no más. Sólo cuando uno entra al lugar se da cuenta que el sitio es una tortillería. Para surtir a los restaurantes de comida mexicana y a las personas que así las desean, una familia originaria de Jalisco instaló aquí una fábrica de tortillas de nixtamal, que funciona como cualquier otra en México: se muele el maíz, se coloca la masa resultante en el contenedor y van saliendo las tortillas por las rendijas hasta que llegan cocidas a su depositario. El local se llama La Reina y aprovecha la masa para también elaborar sopes, huaraches y tamales, que se venden a particulares y a los propios establecimientos que ofrecen productos mexicanos. En el área de la Comunidad de Madrid hay otros fabricantes locales de tortillas, tanto de maíz como de trigo, mientras que algunos restaurantes, como La panza es primero, cuentan con su propia producción, en este caso de trigo.



Restaurante
Tepic

Pinguín, La Familia Burrón, imágenes de artistas de televisión y de personajes de la política mexicana – todo obtenido de revistas–, y también de recortes de logotipos de marcas nacionales, sin dejar de lado las mesas y sillas de metal que patrocinan cervezas mexicanas. “Hemos tratado de inspirarnos en el arte pop mexicano, lo que vemos día a día; hemos tratado de ofrecer un México popular fuera del sombrero o el rebozo, el que encuentras en la mayoría de los restaurantes mexicanos en el mundo”.

Contrario a lo anterior, Saúl Bonilla Sánchez, uno de los dueños del restaurante Tepic, junto con el cocinero Ángel Rodríguez, ambos del Estado de México, dice que prefiere ofrecer al público su comida y antojitos con una imagen más sobria, urbana y actual del país. Ubicado en el barrio de Chueca, el lugar ha sido reconocido por mostrar un estilo propio que evita los estereotipos tradicionales del restaurante mexicano, sin dejar de hacer referencia a México con una nueva tendencia en el diseño y en la gastronomía. **M**

