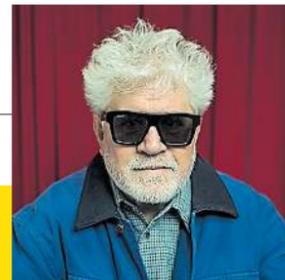


Almodóvar con todas las letras. Entrevista con el director, que publica sus mejores relatos, de Patty Diphusa a la muerte de su madre PÁGINAS 8 Y 9



Nº 1.637
SÁBADO
8 DE ABRIL
DE 2023

Babelia

EL PAÍS



Lecturas para chuparse los dedos

Restaurantes punteros, chefs estrella, gastronomías exóticas, recetas para torpes en los fogones... Las editoriales apuestan por los libros de cocina, un fenómeno por el que sigue habiendo hambre

EN PORTADA



La gastronomía abre el apetito a los editores

Veinte años después del fenómeno de elBulli y a la luz de los concursos televisivos, los chefs viven un momento dorado. Las editoriales se han sumado al banquete con un sinfín de libros de cocina. Estos son los más destacados

POR PAZ ÁLVAREZ

La locura por la cocina española la desató Ferran Adrià. El 10 de agosto de 2003 puede escribirse con letras de oro en los libros de historia de la gastronomía española: el cocinero aparecía en la portada de *The New York Times Magazine*. Un título: 'The Nueva Nouvelle Cuisine'. Y un subtítulo: 'Cómo España se convirtió en la nueva Francia'. Fue el comienzo de un imparable camino, que continúa. elBulli fue nombrado cinco veces mejor restaurante del mundo; El Celler de Can Roca, en dos ocasiones, y Dabiz Muñoz lleva dos años consecutivos reinando como mejor chef del mundo. Los concursos de televisión también han contribuido al estrellato de los cocineros, cada vez se abren más restaurantes y aparecen nuevas modas en cocina. Las editoriales han olido el negocio y se han sumado a la fiesta.

● Diseño y estética

Phaidon era conocida y reconocida por sus libros de arte y de fotografía. En 2007 decidieron llevar ese saber hacer del libro de diseño a la cocina. En aquella época, recuerda Pedro Martín-Caro, director de Phaidon en España, no existía YouTube ni redes

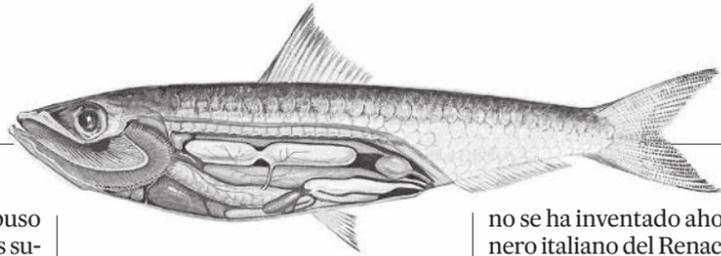
Una de las imágenes del libro *Dalí. Les dîners de Gala*, en la que se ve al pintor catalán. En la página siguiente, abajo, fotografía de *Fermentar*, de Robert Ruiz.

TASCHEN / CINCO TINTAS

sociales con vídeos. "Se vendían libros de recetas baratos con comida en la portada". Decidieron elevar el nivel estético. Recuperaron un libro de éxito en los años cincuenta en Italia, *La cuchara de plata*. "Es un básico de cocina italiana, del que se han vendido millones de copias en los idiomas en los que lo hemos editado". Les colocó en el mapa. A partir de ahí decidieron replicar el modelo en los países en los que la editorial estaba presente. "Se coge un país, como México, Turquía o Perú, y se piensa en platos que la gente come en casa", añade Martín-Caro. En España compraron en 2010 los derechos en inglés a Ferran Adrià de *Un día en elBulli*. Y dos años más tarde, *Cómo funciona elBulli*. Fue el comienzo de otra serie: los libros del chef.

● El cocinero es la estrella

Es la carta de presentación al mundo de muchos chefs. "Una herramienta de comunicación. El papel es la red social tradicional. Es el que más vigencia tiene", asegura Javi Antoja, director de Montagud, editorial barcelonesa que, desde el comienzo en 1906, cuando la fundó Federico Montagud con la revista profesional *Molinería y Panadería*, solo se dedica a la gastronomía, y que su padre, que trabajaba como redactor jefe en ella, adquirió cuando la tercera genera-



ción de la familia fundadora la puso en venta. Desde 2012, el negocio es suyo. Custodia la misma filosofía de la casa, que inició publicando libros técnicos de pastelería y que ahora es una referencia como editorial de cabecera de cocineros de renombre. “Contamos historias que son historia de la gastronomía y que acaban siendo una herramienta de consulta”.

Cita como ejemplo el libro *Bras*, del chef francés Michel Bras, editado en 2002, “y que 20 años más tarde sigue vigente”. Le ocurre lo mismo a *La cocina al vacío*, de Joan Roca y Salvador Brugués, publicado en 2003 y que va por la séptima edición en varios idiomas, o *Caldos, el código del sabor*, la obra de referencia del cocinero valenciano Ricard Camarena, publicada en 2015. “Es importante que un libro no tenga fecha de caducidad. Cuando vemos que un autor tiene potencial le proponemos el proyecto”, apunta Antoja. No es fácil. “Nuestros libros ilustrados son bestiales, llevan toneladas de papel. Soy muy friki y, si veo que el proyecto tiene alma, el tema económico no importa porque la rentabilidad acaba saliendo. Lo primordial es que sea único, e invertimos en fotografía, ilustración, impresión y tiempo”. No escatiman recursos. En camino tienen una obra sobre El Celler de Can Roca, otras sobre Paco Roncero, Ramón Freixa y sobre el fenómeno de uno de los templos de cocina catalana como es el restaurante Granja Elena. A pesar de las novedades, la joya del catálogo de Montagud es un manual de repostería, *El formulario práctico del pastelero*, un libro de bolsillo escrito en 1933 por Ramón Vilardell y José Jornet, en la 65ª edición con más de 66.000 ejemplares vendidos y que siempre se agota.

El libro del chef es inspirador: el autor explica su proceso creativo y comparte la fórmula de elaboración de algunos de sus platos, pero “ninguna receta se puede hacer, es imposible”, detalla Martín-Caro. Cita como ejemplo el libro de Noma, *Time and Place in Nordic Cuisine*, elegido en cinco ocasiones por la revista *Restaurant* mejor restaurante del mundo y que a finales de 2024, según anunció su cocinero, René Redzepi, cerrará sus puertas para convertirse en un laboratorio de alimentos en Copenhague. “Noma crece y vive en un radio de 50 kilómetros. Se nutre de lo que hay alrededor, por lo que es muy difícil replicar sus recetas en ningún otro lugar del mundo”. Son libros de consulta, al igual que un arquitecto compra un libro de Le Corbusier y “hace viviendas de protección oficial”.

● Dos fenómenos: Karlos Arguiñano y Simone Ortega

En la década de los noventa irrumpió en televisión, primero en ETB y después en TVE, Karlos Arguiñano. Su espacio, *El menú de cada día*, se convirtió en uno de los más seguidos por la audiencia y enseguida tuvo libro en la calle. Lo recuerda el editor y escritor asturiano Álvaro Díaz Huici, responsable de Ediciones Trea: “Cuando empezaba en esto de los libros, estaba muy de moda Arguiñano y salió a concurso la edición de su primer libro, bajo la cobertura de la televisión pública. Me presenté con otra editorial y estuvimos a punto de conseguirlo, quedamos los segundos. Alguna vez me he preguntado qué hubiera pasado si llegamos a editar el primer libro suyo”. Porque si algo

tiene claro este editor es que el cocinero vasco “es el más listo, tal vez porque es el más normal, el que menos ínfulas tiene”. Conecta con la gente, con los lectores. Lo sabe bien Planeta, que comenzó su idilio con el chef de Zarautz (Gipuzkoa) en 1993 y desde 2010 publica un recetario anual de este fenómeno televisivo. “Cada año vende 100.000 ejemplares, puede llevar vendidos más de un millón de libros. Todos los años publicamos uno nuevo. La gente no se cansa de él”, explica David Figueras, editor de Planeta Gastro.

Otro fenómeno indiscutible es el de *1080 recetas de cocina*, de Simone Ortega, el clásico de los recetarios españoles, publicado en 1972, que sobrevive a modas pasajeras y que ha servido de aprendizaje, según Alianza Editorial, a más de cinco millones de personas, incluidos cocineros de renombre. Ferran Adrià dice que sin él este bum de la cocina española no habría existido. De revisar las recetas y hacerlas más ligeras se encarga ahora, tras el fallecimiento de la autora, su hija, Inés Ortega.

● Gastrónomos incultos

La clave del éxito de Arguiñano o de Ortega, prosigue Díaz Huici, está en el respeto a la cocina como artesanía y técnica. “No es arte. Me parece excesivo cómo algunos cocineros han contaminado todo esto, el día a día de la cocina es otra cosa, no es una cocina de élite”. Este editor, que huye de la moda del recetario del chef famoso —“no nos aporta nada”— y se centra en la divulgación de la historia y la cultura gastronómicas, es crítico cuando afirma que “hay muchos gastrónomos incultos, meros glosadores, catadores de platos, al calor de una corriente que mueve mucho dinero, pero a la que no le interesa el conocimiento gastronómico”. En la colección de Ediciones Trea se incluyen títulos como *Comer en España. De la cocina de subsistencia a la cocina de vanguardia*, *El secreto de la cocina japonesa. Lo astringente y la comida fantasma*, *Mesas y cocinas en la España del siglo XVIII* o *Apuntes gastronómicos sobre la sardina iberoatlántica*. “Publicamos recetarios históricos, que son el reflejo de una época. Y descubres que la cocina industrial

no se ha inventado ahora, que el cocinero italiano del Renacimiento Bartolomeo Scappi, al servicio de varios papas en el Vaticano, ya servía comida para 400 personas”, añade el editor.

● Negocio al alza

Los editores, como los responsables de las discográficas con los cantantes de éxito, han olido el negocio. “Llevo 22 años como editor de Planeta y el cambio importante lo he observado a partir de 2015”, recuerda Figueras. Fue ese año cuando el grupo editorial creó el sello Gastro. Un año más tarde imprimían el primer libro, *Bake it Simple*, un volumen de pastelería fácil con Oriol Balaguer. La editorial cuenta con un fondo de armario con 120 títulos. Está consolidada. Lanzan una media de 15 novedades al año de todo tipo de contenido gastronómico. “Hacemos un libro de cierto nivel de calidad a un precio elevado, aunque en paralelo también vimos interesante que hubiera ensayos, ya que detectamos que había una gran demanda”. Entre los más demandados, dejando a un lado a Arguiñano, que se edita en la generalista Planeta, se encuentran el libro *Cocina madre*, un recetario de 80 platos de Joan Roca y su madre, Montserrat Fontané, con 25.000 ejemplares vendidos; los recetarios de Xabier Gutiérrez, que hasta el año pasado fue el responsable de innovación del restaurante Arzak; la obra de José Andrés *Verduras sin límites*; *El experto en vinos en 24 horas*, de Jancis Robinson, o *Papilas y moléculas: La ciencia aromática de los alimentos y el vino*, de François Chartier.

A pesar de que el mercado parece que se ralentizó un poco en 2022, advierte Figueras, es un sector en alza. Imparable. Las editoriales tienen dibujada la programación hasta 2024. No son libros fáciles de montar. La competencia cada vez es mayor, por lo que “es necesario sorprender”. Además, necesitan de la complicidad de los cocineros. Tampoco es fácil. Las agendas de estos cada vez son más complicadas. La mayoría de los reconocidos suelen tener cada vez más asesorías y negocios al margen del restaurante. “Son como las estrellas de rock, y eso ayuda a vender libros”, agrega Cristina Paricio, directora editorial y cofundadora de Cinco Tintas, proyecto que empezó a incluir esta temática en 2015, con un *Manual de coctelería*, en su séptima edición y con más de 15.000 volúmenes vendidos. Hasta la fecha, tiene medio centenar de títulos en los anaqueles de las librerías. Al auge de este tipo de contenido cree que ha contribuido la “saturación que hay en las redes sociales de temas de cocina, lo que ha ensalzado la experiencia del libro en papel”.

La gestación de un libro puede tardar un año o un lustro. Depende de muchos factores. Nada más descubrir la necesidad, como, por ejemplo, la de montar un libro sobre la cocina mexicana de la mano del chef Paco Méndez, del restaurante Come, en Barcelona, la maquinaria se pone en marcha: se necesitan redactores, fotógrafos, diseñadores, ilustradores y cocineros que sepan comunicar. Nada puede fallar. “Puede ir como la seda, pero, si se enca-

lla, puede tardar hasta cinco años. Trabajamos en al menos 25 títulos a la vez”, explica el responsable de Planeta Gastro. Sabe de lo que habla: desde 2019 trabajan en un volumen sobre algas con la firma gallega Porto Muiños. Sueña con publicarlo algún día.

● Instagramers en escena

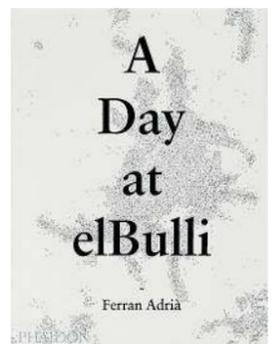
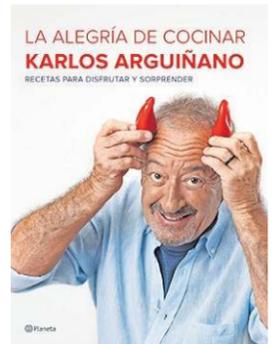
“La mandíbula es la mejor herramienta para aferrarse al conocimiento filosófico”, decía Salvador Dalí en el recetario *Dalí. Les diners de Gala*, publicado por primera vez en 1973 y reeditado más tarde por Taschen, y donde comparte los secretos culinarios de los chefs de varios restaurantes parisenses con estrella Michelin, como Lasserre, La Tour d'Argent, Maxim's y Le Train Bleu. Es más que un libro de cocina, es una obra de arte, en la que el influyente artista, que quiso ser cocinero, concibe la comida como un espectáculo sensorial. Seguir las tendencias es importante, dice Paricio, que ha observado que los libros sobre temática vegetariana o vegana han perdido fuelle. “Hubo un auge, pero hemos notado un ligero descenso. En cambio, lo que funciona muy bien es la cocina asiática, sobre todo la coreana”, afirma la editora, que apunta otra moda.

Así como los cocineros y los restaurantes tienen su propio libro, los personajes que cuentan con miles de seguidores en Instagram también buscan plasmar su historia en tinta.

Es lo que les ha pasado a las influyentes Cristina Ferrer y Verónica Sánchez, que se conocieron en esta red social y tienen libro a la venta, *Cocina para la tribu*. “Cada editorial tiene que buscar su identidad, encontrar su nicho. La competencia es buena, pero te tienes que diferenciar”, explica Paricio, que insiste en la importancia de que el lector conecte con el narrador del libro.

Cita como ejemplo el caso de Robert Ruiz, autor de *Fermentar*, que detalla los fundamentos y técnicas de un arte milenario, “y es todo un éxito porque él es un gran divulgador, como también sabemos que, si Dabiz Muñoz publica un libro, se va a agotar”. No porque sea famoso, sino porque genera contenido.

El librero también busca tener joyas que lo distinguan. Lo atestigua Sara Cucala, la emprendedora que junto a dos socias, y tras descubrir un concepto similar en Londres, en el barrio de Notting Hill, se atrevió a abrir en 2008, en plena crisis económica, una librería especializada en temas culinarios, que complementó con un espacio de eventos y escuela de cocina. “Fuimos unas visionarias o unas locas, pero ahí seguimos, buscando obras que sean atractivas y diferentes”. Como el libro del cocinero boliviano Marco Antonio Quelca Huayta, *Sabor clandestino, del concepto a la realidad*. “Lo vendemos solo nosotros”. Saben que los coleccionistas de este tipo de libros están al acecho y que obras como la de Yoshihiro Narisawa *Satoyama*, editada por Taschen, también se venden. Aunque su precio sea de 1.250 euros. “Es una joya”, concluye Cucala.



“Arguiñano vende cada año 100.000 ejemplares. “Es el más listo, el más normal, el que menos ínfulas tiene”, asegura un editor

“Las agendas de los chefs cada vez son más complicadas. “Son como las estrellas de rock, y eso ayuda a vender”, afirma una editorial

