



Galicia móvese no gastronómico. A evolución en técnicas, instalacións e salas é imparábel e a visibilidade da cociña galega aumenta a medida que pasan os anos. A raíz da crise financeira de 2008, os e as chefs de Galicia tiveron que pensar en novas formas de abrirse ao mercado, e iso permitiu atopar solucións imaxinativas que consolidaron unha tendencia á alza que se viña dando desde varias décadas atrás. A evolución foi brutal: fíxose un gran traballo co produto, o nivel medio de cocción é moi alto e temos unha das mellores relacións calidade-prezo de Europa. Evolucionamos *con sentidíño*.

Non obstante, o grande acontecemento destes últimos anos foi, sen dúbida, a pandemia, que obrigou a tratar de comprender unha nova realidade na que o sector da hostalaría e a restauración –un dos máis afectados pola crise da Covid– sufriu transformacións a unha velocidade sen precedentes. Moitos destes cambios eran practicamente impensábeis hai cinco anos, e un sinxelo repaso aos elementos desa *nova realidade* que modificaron os hábitos sociais danos a medida da profundidade da mudanza á que houbo que facer fronte.

O restaurante, especialmente na nosa cultura, non deixa de ser un espazo de socialización, de encontro, e a pandemia exi-

VOLVER Á RAÍZ

NOVE

Grupo Nove

xía unha distancia social que operaba á contra dese propósito. As estratexias para convivir con ese distanciamento, porén, acabaron por debuxar unha nova paisaxe que se mantén no tempo: consolidáronse as cartas dixitais, proliferaron os motores de reserva e afixémonos a respectar escrupulosamente os horarios de feche. Cambios que o público, en xeral, aceptou sen maiores reticencias.

Conectar co territorio

Mais houbo outros cambios que quizais non foron tan evidentes e que, non obstante, actuaron a favor da cociña galega. A co-

O traballo do Grupo Nove resultou fundamental nestes anos para que a cociña galega dese o salto a unha modernización que non renunciaba ás súas raíces. Naceu como un grupo de nove cociñeiros que pensaron que podía ter sentido asociarse para defender unha nova era na gastronomía da Galiza; agora son 28 chefs que amplían a fama que sempre tivo a mesa galega e expanden o seu radio de acción reinterpretando as receitas tradicionais e investigando sobre os produtos esquecidos que lle dan idiosincrasia á cociña do país.

O SENTIMENTO DE ORGULLO, DE APOIAR OS PROXECTOS PROPIOS, FAI NOS MEDRAR A TODOS

nexión coa raíz, coas tradicións e co territorio, uns valores que sempre foron insignia da nosa gastronomía, ocuparon de súpeto un lugar privilexiado na percepción das persoas consumidoras. A sensibilidade da cidadanía despois da pandemia comezou a entender a promoción dunha cociña saudábel e o apoio aos pequenos produtores –labregos, pescadores, gandeiros, bodegueiros– como un retorno ás orixes que tiña como horizonte un futuro máis ecolóxico, no que a economía circular e a sustentabilidade tiñan un papel preferente. E nese campo, a restauración galega tiña moi-

to terreo gañado por un traballo de anos nos que se apostou por esa conexión coa terra: estas prácticas xa existían no día a día de moitos restaurantes galegos e tenden a ser cada vez máis frecuentes grazas ao esforzo dun número crecente de cociñeiros comprometidos coa contorna.

'Estrela Verde'

Un elemento que corrobora este cambio na sensibilidade do público é, precisamente, a creación, en 2021, por parte da guía Michelin da Estrela Verde, unha distinción anual que destaca os restaurantes máis punteiros en materia de prácticas sostíbeis: ao propoñeren unha experiencia gastronómica que xunta excelencia e responsabilidade ecolóxica, estes establecementos están configurando un modelo de gastronomía alternativo e, sobre todo, ético.

Das vinte e unha Estrelas Verdes que se concederon no Estado español no seu primeiro ano, tres foron para restaurantes galegos, reforzando así a mensaxe global do que somos e de como nos queremos proxectar no mundo.

En Galicia, temos experiencia en levar a bo porto un dos máis nobres fins da gastronomía, que é poñer nun prato a paisaxe que nos rodea, mais temos que dar un paso máis alá e capturar a paisaxe social e humana que vivimos. Moitos dos restaurantes galegos esforzanse, por exem-

Invernadoiro do restaurante Culler de Pau, onde se cultivan variedades autóctonas.

/ Grupo Nove

plo, en contribuír á economía local ou en garantir a súa propia autonomía enerxética.

Cada un deles ten as súas propias características e, polo tanto, non existe unha fórmula que sirva para todos, mais resulta fundamental ter en conta o maior número de boas prácticas posíbeis para ser parte activa deste cambio como extensión dunha sociedade cada vez máis implicada.

A seguridade do produto

Non hai que esquecer tampouco que a pandemia creou unha tensión permanente arredor do concepto de seguridade e ese

retorno á terra implica tamén ofrecer garantías ás persoas que queren comer nos nosos restaurantes. A materia prima galega é encomiada desde hai moito tempo e xa ten, de seu, un aval que o apoia. Mais precisamos afondar nesa filosofía que lle dá ao noso país ese carácter de refuxio, de lugar seguro onde atopar certezas.

Nese sentido, notouse nestes últimos anos un incremento notábel de visitantes de fóra: a imaxe de calidade que sempreativo Galicia axúdanos a ampliar este produto de cociña cada vez máis cobizado. Despois dunha época na que adquiriu moito prestixio unha cociña moi tecnificada, a pandemia propiciou que agora se volvan os ollos á cociña de produto, e aí estamos un paso por diante en relación a case todo o mundo.

Non obstante, e ao contrario do que predica unha idea algo simplista do universo gastronómico galego, a calidade dos ingredientes non procede exclusivamente do mar. Desde



Reinterpretar a tradición é tamén renovar a identidade. / Grupo Nove



O Grupo Nove.

/ Grupo Nove

logo, seguimos tendo mariscos, peixes e polbo que supoñen unha marca indelével, mais a revolución que aínda está por completarse é a dos produtos da horta galega.

É moi difícil encontrar a diversidade que posuímos aquí e por ese lado existe un potencial dunha enorme riqueza e variedade que xa se está comezando a pór en valor, mais que probablemente seguirá medrando nun futuro inmediato.

Conectar co territorio

Todos estes elementos contribúen para consolidar a Galicia como destino de turismo gastronómico que pode, ao mesmo tempo, servir de estímulo para

seguir avanzando e mostrar ao mundo o que só temos aquí, que é o froito dunha filosofía de vida, de manter unha especial relación coa natureza e de tratar de vivir en equilibrio con ela.

Hai que lembrar que no mesmo ano da pandemia foi cando un restaurante galego recibiu, por primeira vez, 2 estrelas Michelin –o restaurante Culler de pau–; cando, posteriormente, recibiría tamén a dupla insignia Pepe Vieira e cando se acadaron as 15 estrelas despois de varios anos sen pasar de 11. Ante a dificultade, medramos.

A gastronomía galega cobra cada vez máis forza, e non só polo noso produto, evidentemente moi recoñecido.

A PANDEMIA PROPICIÓ QUE AGORA SE VOLVAN OS OLLOS Á COCIÑA DE PRODUTO

Non abonda con ter un gran produto, fai falla unha boa man, unha filosofía.

Crer en nós mesmos

Recuperar produtos esquecidos, usar as técnicas tradicionais ou reinterpretar as receitas de toda a vida son camiños que xuntan identidade e tradición e que proporcionan a base para sentirnos seguros á hora de innovar e de ofrecer esas novidades –que seguen enraizadas nun patrimonio milenar– á sociedade. E crer en nós mesmos, non ter vergoña á hora de valorar o que é noso. Ese sentimento de orgullo, de apoiar os proxectos propios, fainos medrar a todos. Todo isto non é máis que o comezo.