

## 10. GASTRONOMÍA DE LA PROVINCIA DE BADAJOZ: NEGOCIO, TURISMO, SOSTENIBILIDAD, PASIÓN

---

*Juan Pedro Plaza Carabantes*

Eruditos y estudiosos de las cocinas tradicionales afirman que *somos lo que comemos y se come con la memoria*; o el más coloquial *dime lo que comes y te diré quién eres*.

Hay una estrecha relación inmaterial entre nuestra alimentación y el sentir de los habitantes; porque nuestra gastronomía es el fiel reflejo de las características económicas, históricas, sociológicas y culturales, en definitiva.

Basta pasearse por campos, montañas y llanuras; por calles y plazas; visitar los hogares y los restaurantes; vivir sus fiestas y tradiciones culinarias... para conocer la cocina que se ha ido conformando – en el transcurrir de los tiempos-- de esta tierra, abierta y hospitalaria como pocas. La tierra, los productos que consumimos, la religión, la memoria, los mitos culturales... todos influyen, en mayor o menor medida; sin olvidar influencias externas, porque es imposible situar la cocina tradicional en un marco cerrado: es libre, no entiende de artificiales límites geográficos y administrativos; es libre, se interrelaciona entre sí.

Aún así, es preciso definir lo que nos diferencia de otras cocinas; para que seamos complementarios y no un todo unido, monolítico, uniforme, aburrido...; que es a donde parece que quieren llevarnos en esta aldea global que nos ha tocado vivir.

La cultura de nuestro pueblo no se puede medir, exclusivamente, por medio de los hábitos conscientes. Hay algo que hacemos, varias veces al día y todos los días de la vida.

Como un acto de vida, desde luego; pero, además, como un acto cultural *inconsciente*: la comida, el acto de comer.

La gastronomía de Badajoz posee un recetario rico, basado en la utilización de productos naturales de primerísima calidad y de unas características organolépticas singulares; por la cualificación de nuestros excelentes profesionales; por el rico patrimonio festivo; por la imaginación de nuestras mujeres; el alma de un pueblo sencillo, culto, sabio... como el de nuestra provincia. En nuestra gastronomía se encuentra la fusión del sabor romano, árabe, judío, cristiano; esa sabiduría – empírica o no-- del saber hacer utilizando la materia prima de la dehesa, de los regadíos, del secano, de los huertos, de embalses y ríos...

Cocina pastoril, cocina popular, cocina burguesa; de monasterios y conventos; de los antiguos y nuevos –y grandes-- restaurantes repartidos por nuestra amplia geografía.

Comemos y bebemos a diario. Sabemos qué sirven en los restaurantes, en los bares. Organizamos fiestas populares en torno a nuestra gastronomía. Conocemos todas las variedades de platos, desde la cocina tradicional a la más novedosa. Hablamos de ellos, recomendamos cómo hacerlos mejor, de esta o aquella manera.

Somos aceptables catadores de vinos, y recomendamos nuestras marcas y aceptamos otras sugerencias. Hacemos, en nuestra mundana vida, entre 75.000 y 100 mil comidas, aunque no tengamos consciencia de ello; dedicando a cocinar más tiempo que a nuestros largos horarios laborales.

La comida es un fenómeno esencialmente cultural; en la que influyen innumerables factores, que se mezclan en nuestro ser de forma compleja, aunando el enfoque histórico y el sociológico, bajo los que subyace una constante preocupación por comer y beber bien, y con espíritu gozoso.

Es un ejercicio de reflexión, basado en la comprobación de que eso que damos en llamar el gusto, la Gastronomía, varía según las sociedades en las que se viva, en los momentos históricos que se suceden; en las categorías sociales que existen, no lo dudemos y, en última instancia, en la libertad individual.

De ahí el apego que tenemos a “nuestra” cocina.

Dejó escrito el filósofo Michel Serres que *nada hay en la inteligencia que no haya estado antes en los sentidos; si nunca ha vibrado el olfato por la ruta de las especias.*

No seré yo quién lo contradiga. Como no lo haré con el viejo y sabio refrán sueco que dice *Cocinar es referir una historia.*

O con lo que el, nunca bien ponderado, biólogo extremeño de Fregenal de la Sierra, varias veces propuesto para premio Nóbel, y al que nunca se la tributado homenaje alguno en Extremadura, Faustino Cordón, que tituló a uno de sus innumerables libros con el sugestivo “*Cocinar hizo al hombre*”.

Antes de cocinar, hemos hecho la compra de los ingredientes; buscamos en los antiguos recetarios de abuelas, madres, tías... o los más modernos publicados; nos encomendamos al buen gusto y a la inspiración, que como las musas a los poetas han de encontrarnos trabajando.

Habremos adquirido un excelente **Aceite de Oliva Virgen Extra DO “MONTERRUBIO”**; de color amarillo verdoso, gran estabilidad, sabor afrutado aromático y almendrado, y ligeramente amargo y picante; de las variedades *Cornezuelo* y *Picual*, que le otorgan unas cualidades organolépticas insuperables.

Le hemos pedido a nuestro carnicero que nos prepare una buena porción de cordero de la **Indicación Geográfica Protegida (IGP) Cordero de Extremadura CORDEREX**; y otra, no menos generosa de la **IGP TERNERA DE EXTREMADURA**: Aquella de carne de corderos *merinos*, de elevada terneza y aroma, sabrosa, fina y saludable y con el justo nivel de infiltraciones grasas entre sus músculos y siendo la carne de la ternera procedente de ganado de las razas autóctonas *Retinta*, *Avileña-Negra Ibérica*, *Morucha*, *Blanca Cacereña*, *Berrendas* y *sus cruces con Charolés* y *Limusín*, criado en libertad, no estabulados; de carne roja brillante y grasa de color blanco, y consistencia firme al tacto y de fina textura.

Mientras se van cocinando estas dos excepcionales carnes, vamos a preparar una abundante ración del jamón **Denominación de Origen Protegida DEHESA DE EXTREMADURA**, de sabor delicado y poco salado o dulce, de aroma agradable y lleno de matices, y con una grasa brillante y de textura poco fibrosa que hará la delicia de los paladares más exigentes.

O un buen plato de la **Denominación de Origen Protegida QUESO DE LA SERENA**, donde la leche exquisita de la oveja merina triunfa en todo su esplendor, en un queso de pasta blanda, fluída, untuosa, de sabor intenso, ligeramente amargo y nada salado. Todo un lujo.

Por supuesto, faltaría más, todo bien regado con los **Vinos con Denominación de Origen Protegida RIBERA DEL GUADIANA**: Blancos, tintos, rosados; jóvenes, crianzas y reservas... con uvas autóctonas Pardina-Cayetana y otras como Tempranillo, Cabernet, Syrah... que acompañarán nuestros ratos de ocio y nuestras comidas como ningún otro vino.

No nos podemos olvidar de nuestros **CAVAS**, ideales en cualquier tiempo; pero que se crecen en el verano y en nuestras fiestas; tomándolos al principio o a lo largo de la comida, nunca al final.

Éstas son nuestras Marcas de Calidad; nuestras mejores tarjetas de presentación en los más exigentes mercados nacionales e internacionales que, cada día más, conocen y aprecian el buen hacer de los profesionales de cada una de ellas y de los exigentes controles a los que someten sus productos las diversas Denominaciones de Origen; lo que les ha permitido estar en lo más alto de la cúspide gastronómica y ser referencias citadas una y otra vez; aunque no todo esté hecho, y sea preciso seguir manteniendo esta gran calidad, sin bajar la guardia.

Otros productos gastronómicos de categoría de la provincia de Badajoz, los que no están amparados por una DOP o IGP, lo están bajo el paraguas generoso de “Alimentos de Extremadura”, en todo su esplendor.

Me refiero, por ejemplo, a los **ajos de Aceuchal**; a nuestras **aguas embotelladas**; a **aguardientes y licores**; a carnes de **caza**, en fresco o conserva; a ternos **cabritos**, carne cada día más apreciada; a una gran variedad de **quesos artesanos de vaca, cabra u oveja**; a naturales **frutas** de nuestras enormes extensiones de regadío; a **legumbres** de secano; a **patés, mieles, frutos secos, setas, tomates, turrónes de Castuera, dulces artesanos y conventuales...**; o a un ingrediente fundamental en las buenas cocinas, y de los que somos uno de los mayores productores nacionales: el **arroz**; con casi 27 mil hectáreas de cultivo; materias primas de las que viven miles de personas y empresas extremeñas, que han visto aquí una excelente oportunidad de negocio.

La gastronomía es, pues, un negocio; un buen negocio.

Un negocio para agricultores, ganaderos, cooperativas, intermediarios, productores...; y que, en estos momentos, en que la Gastronomía se escribe con mayúsculas y está al alza y tan de moda, el negocio se extiende a otro sector, el de la Hostelería, con una importante tendencia, que deseamos todos dure mucho: el Turismo Gastronómico, el Turismo Culinario, food tourism o culinary tourism.

La gastronomía de calidad es una importante seña de identidad de cualquier destino turístico que se precie; influyendo, muy decisivamente, en casi todos nuestros viajes. La provincia de Badajoz lo sabe y utiliza, porque según los últimos datos económicos el turismo gastronómico atrae el 10% de los turistas que nos visitan, que aportan a nuestro PIB importantes ingresos.

No podemos dejar pasar esta oportunidad. Para ello, hemos de saber dar el paso de ofrecer nuestro buen hacer en la elaboración de materias primas, en cocinarlos para la satisfacción y el despertar de los sentidos; para poner un trozo de Extremadura en cada plato; preservando – sin dudarlo-- nuestros paisajes, esa sostenibilidad de la que tanto hablamos.

Es preciso ofrecer calidad con cercanía, profesionalidad y amabilidad. Y creer en lo nuestro, en lo diferente, que es lo que busca el turista gastronómico cuando nos visita; defendiendo nuestro patrimonio cultural con la implicación del sector público y del privado.

Porque el cada vez más numeroso colectivo del turista gourmet – *fodie*, término que se refiere a las personas con un interés especial en la preparación y consumo de la comida--; viaja con una motivación gastronómica y quiere probar experiencias únicas y distintas; busca autenticidad y trazabilidad; exige mucho más que los otros, pero está dispuesto a pagar por ello

y, además, tiene un fundamental aspecto desestacionalizador de la temporada turística; propiciando cada vez mayores flujos de turismo gastronómico; mostrando como un destino singular y atractivo para el mercado; como un destino turístico de interior, competitivo y sostenible desde el punto de vista económico, social y cultural.

Hay que apostar por el turismo gastronómico diseñando un producto a imagen y semejanza del cliente; utilizando todas y cada una de las antiguas y nuevas estrategias de comunicación en las redes sociales, para nuestra promoción turística, para nuestro negocio gastronómico; elaborando estrategias de análisis y planificación, que sirvan de pauta y apoyo a todos los agentes implicados (Administraciones públicas y empresarios) en la gestión y promoción del producto turístico gastronómico.

El turismo gastronómico no es solo comer muy bien. Lleva aparejado, además, la visita a productores primarios y secundarios de alimentos; asistir a Festivales Gastronómicos, a catas diversas... Este turismo se basa, por lo tanto, en conocer y aprender, comer y degustar, disfrutando de la cultura en torno a los productos que ofrecemos; con lo que se generarán viajes a paisajes gastronómicos como la dehesa, los olivares, las viñas, los árboles frutales, museos y centros de interpretación... y el anhelado aumento de pernoctaciones en hoteles, alojamientos rurales, balnearios, y compras de los productos más singulares.

Acciones paralelas adaptadas al turista gastronómico, para satisfacer las necesidades y motivaciones de una demanda cada vez más ávida de sensaciones y emociones, ayudan para atraer a más y más turistas, y se alojen más noches en los establecimientos hosteleros. La **Primavera Enogastronómica** por Tierra de Barros; la **Ruta del Toro y la Dehesa**, por la Sierra Suroeste; la **Ruta del Jamón Ibérico**; las **Rutas Patrimoniales** por las doce ciudades *Conjuntos Histórico-Artísticos*; los **Festivales Gastronómicos** de Llerena, Villafranca de los Barros, Barcarrota, Higuera la Real, Monesterio, Castuera... diversos y repartidos a lo largo del calendario anual; y de todos los eventos que podamos crear en el futuro.

En este contexto, el turista gastronómico se nos presenta como una gran oportunidad de convertirse en un gran producto turístico; capaz de generar importantes flujos, habida cuenta de nuestros excelentes y singulares productos agroalimentarios, y de su buen tratamiento en los restaurantes; por lo que es un perfecto complemento del resto de los productos turísticos, como el cultural, el rural, el de congresos...

Estoy hablando de la necesidad de integrar a todos los sectores implicados; directa o indirectamente relacionados con la actividad turística; todos de la mano, sin hacer la guerra cada uno por su cuenta, con continuidad, innovación, sinergias.

Y, sin lugar a dudas, el turista gastronómico regional que preparemos ha de desarrollarse con unos elevados estándares de calidad; acordes a las expectativas de una demanda cada vez más sofisticada y exigente; un turismo de experiencias únicas.

En suma, la gastronomía es negocio. Pero es turismo. Y es amor a la Madre Tierra nutricia; a la que debemos respeto. Y, por encima de todo, es ¡¡Pasión!!