

## GASTRONOMÍA

LUIS BENVENUTY  
Santa Coloma de Gramenet

La oreja de Judas sólo puede encontrarse en el corazón del barrio del Fondo, en Santa Chinatown de Gramenet, oculta, al fondo de la tienda. Aquí, los pasos de los occidentales levantan una gran expectativa. Un gran cartel muestra varios caracteres en mandarín junto a su traducción: supermercado Tong Yi. A un lado, un cartel publicita (también en chino) una empresa instaladora de antenas parabólicas para no perderse ni un solo cable asiático. Cerca de esta calle, docenas de jóvenes machacan teclados en una cafetería web con to-

**“Los catalanes apenas entran en estas tiendas porque la mayoría de etiquetas están en mandarín”**

do el software en mandarín. Las peluquerías ofrecen masajes como complemento.

Calamares secos, medusas, sacos de arroz oscuro. En el supermercado Tong Yi un chino arrastra esforzado una pila de cajas, dos mujeres limpian las hortalizas sentadas en un rincón, la cajera cobra a un cliente unas latas de un refresco oriental, presumiblemente un sucedáneo de cola.

Los cocineros colomenses Francesc Armengol y Víctor Quintillà, dos de los mejores chefs de toda el área metropolitana de Barcelona, entran por la puerta, no se cuentan más europeos en el establecimiento, y todos estos asiáticos de Santa Coloma los miran fijamente y sin disimulo, sonriendo, cuchicheando entre ellos. “Ahora cuando nos ven entrar sólo se rien, les hacemos mucha gracia —cuentan los cocineros—, pero al principio hasta se les ponía mala cara, como preguntándose ‘qué hace esta gente aquí’, incluso nos seguían por todo el súper”. “Los catalanes apenas entran en estas tiendas porque la mayoría de las etiquetas están en mandarín, y lo cierto es que no se fían mucho”. “Los dependientes sólo hablan chino. No necesitan saber otro idioma”. “Muchas veces no sabes para qué sirven los productos, y experimentas en casa, a ver si valen luego para el restaurante”. “Todo lleva registro sanitario”.

Venía a decir más o menos Bigas Luna durante el rodaje de la película *Yo soy la Juani* que los centros de las grandes urbes son tan caros que se están convirtiendo en cobijo de esnobs de diseño. La creatividad y la imaginación ahora crecen en la periferia. Francesc, forjado en los fogones de El Cellar de Can Roca de Girona y del Ar-

Orejas de Judas, calamares secos, medusas... Los mejores chefs colomenses hacen la compra en los súper chinos del Fondo

# Chinatown culinario



Francesc Armengol, del restaurante Can Armengol, y Víctor Quintillà, del Lluerna, de compras en un súper chino del Fondo

## LA CESTA

### “Mejor no ir con una lista cerrada”

■ Salsa de ostras, salsa de pescado fermentada, pasta de alubias rojas, distintos tipos de soja... son algunos de los productos que una vez al mes llenan la cesta de la compra de los cocineros Víctor y Francesc. “De todas formas, cada compra es una pequeña

aventura —dicen—, porque algunas veces los súper chinos tienen mucho de una cosa y muy poco de otra, así que lo mejor es no ir con una lista cerrada. También influye mucho lo atrevido que te sientas y las ganas de experimentar que tengas ese día”.

## EL PASADO ES PRESENTE

### Como la emigración de los sesenta

■ “Los chinos y los magrebíes han estado haciendo lo mismo que hicimos los andaluces al llegar en los sesenta”, dice Pablo Aragón, que trabaja en la droguería Alegría, en la plaza del Relotge, desde hace 36 años, desde que llegó a Santa Coloma procedente del cordobés pueblo de La Carlo-

ta. “Durante muchos años nosotros también fuimos sólo a las tocinerías andaluzas y no nos fiábamos de los catalanes. Es ahora cuando los *noúvings* se animan a entrar en las tiendas de toda la vida, y eso ayuda a la convivencia... lo que pasa es que su integración es más lenta”.

zak de San Sebastián, es jefe de cocina de Can Armengol, fundado hace más de ochenta años. Víctor abrió un lustro atrás el Lluerna, tras madurarse en El Reno, el Bellini y El Bulli. “Cada mes hacemos una compra en el Fondo, desde hace tres o cuatro años. Nunca hemos tenido problemas”.

La dependienta del Tong Yi apenas habla castellano. Su hija pequeña sí lo habla, y el catalán, pero está en el colegio. La niña traduce las cartas del Ayuntamiento. Según los antropólogos, los chinos emigran para trabajar, ganar dinero y dejar un buen negocio a los hijos, no para estudiar idiomas. Pero quieren que sus hijos aprendan la cultura local para abrirse paso en el futuro. Como la mayoría de los chinos colomenses, esta dependienta vino de la provincia de Zhejiang, hace una década. Durante nueve años se dedicó con los suyos a coser a destajo, a ahorrar para abrir el súper “para chinos, aquí muchos chinos”. La idea es que la hija dé un paso más.

La oreja de Judas es una seta. “Se parece a una oreja de cerdo

—dice Víctor—, y en Catalunya sólo puedes encontrarla en los colmadros chinos del Fondo. A mí me gusta usarla en un salteado de setas muy catalán porque ofrece una textura diferente. La oreja de Judas sorprende al paladar, pero no cambia la esencia del plato”. “Los dos —añade Francesc— hacemos una cocina muy catalana, pero le damos matices exóticos. La merluza la sirvo con arroz venere, que es un arroz integral negro al que le echo avellanas y setas. Sabe a cereal, y le da profundidad al plato”. “Encontramos productos que nuestros proveedores no suelen trabajar”.

Cocina catalana de toda la vida que acoge ingredientes chinos sin perder su espíritu: metáfora de integración social. Tras años de segregación, los inmigrantes del Fondo van logrando que algunos catalanes entren en sus tiendas. Una veintena de sus negocios se afiliaron este año a la asociación de comerciantes de siempre, la ACI, porque entienden que compartir gremio es un interés común más importante que el origen. Los tenderos catalanes están encantados. ■