

## BARCELONESES GLOBALES



**Stefano Chiazza**  
Ingeniero en Ferrari F1 desde el 2014. Hoy, cedido al equipo Haas como responsable del grupo de prestaciones aerodinámicas



www.barcelonaglobal.org

# Reflexiones desde la tierra del lambrusco y de Ferrari

## ¿Qué podemos aprender de la voluntad de crear sinergias y colaboraciones de Módena?

En el ámbito de la actividad automovilística existe una estrecha colaboración entre universidades y empresas

■ De los pilares económicos que componen Módena, creo importante destacar dos: la industria del automóvil y la de los alimentos. En relación con la primera, la región es y ha sido casa de marcas legendarias como Ferrari, Lamborghini y Maserati. A la zona se la conoce como Motor Valley, y es a través de este conglomerado que se busca centralizar toda la actividad automovilística de la zona: investigación, desarrollo, producción y cultura. A modo de ejemplo, existen colaboraciones estrechas entre universidades y empresas a todos los niveles. En cambio, en lo que se refiere a la industria alimentaria,

Módena es casa, entre otras cosas, de los tortellini, del vinagre balsámico, del queso parmigiano reggiano y del lambrusco. Alrededor de esta tradición culinaria existen múltiples actividades económicas y culturales, entre las cuales destacaría el restaurante modenés Osteria Francescana del galardonado chef Massimo Bottura. Y detrás de todo este amor por el buen gusto se esconde en mi opinión una gran lección de la que todos podemos aprender: la voluntad de crear sinergias y colaboraciones. Y es que desde hace un tiempo Bottura y Ferrari trabajan en proyectos de manera conjunta.

## ¿Cómo se podría trasladar esas experiencias a Barcelona?

En los sectores farmacéutico y el de la movilidad habría que aprovechar las capacidades del Barcelona Supercomputing Center

■ Si intento sintetizar de manera abstracta lo escrito, creo que existen varios denominadores en común: el afán de colaborar y de crear sinergias, la innovación y la excelencia, y una gran pasión y amor propio. Y si intento entender cómo trasladarlos a Barcelona, se me ocurren una serie de ideas. Primero, maximizaría las colaboraciones entre universidades y empresas. Y de manera aún más concreta, existen dos sectores con mucha presencia en la ciudad en los que aplicarlo: el farmacéutico y el de la movilidad. En ambos casos, intentaría aprovechar en todo momento las capacida-

des del Barcelona Supercomputing Center. Segundo, el capital cultural de Barcelona es enorme, y el talento en el sector de la gastronomía también. Estudiaría mecanismos a través de los cuales se utilicen ambos conjuntamente, para así ofrecer un turismo de valor del que la marca Barcelona pudiera favorecerse (y no al revés). Tercero, focalizaría muchas energías y recursos en crear vehículos de comunicación con el objetivo de promover nacional e internacionalmente el ecosistema económico de la ciudad, de pequeñas a grandes empresas con carácter propio y barcelonés.

# La fiebre del calçot recupera el ritmo desbocado de antes de la pandemia

La Gran Festa de la Calçotada iguala récord en Valls, con 35.000 visitantes

**ESTEVE GIRALT**  
Valls

La pandemia y sus restricciones sociales arrasaron el negocio de las calçotades en el 2020 y el 2021 y lo limitaron sensiblemente el curso pasado, con la mascarilla compartiendo aún protagonismo con el tradicional *pítet* (baber). La 41.ª Gran Festa de la Calçotada de Valls (Alt Camp), con 35.000 personas ayer, con plazas y calles a rebosar, con más de 100 autobuses llegados de toda Catalunya, escenificó la recuperación total del calçot como ritual social y gastronómico.

Como reclamo mediático, el concurso de comer calçots, con 21 personas compitiendo al sol del mediodía para zamparse el máximo número de cebollas blancas en 45 minutos. Puede servir de metáfora. La fiebre por las calçotades ha regresado con tanta o incluso más fuerza. Entre los concursantes, un surcoreano que se atrevió a beber vino con porrón, se mojó toda la cara y quedó lejos de la cabeza.

Hay ganas de recuperar el tiempo perdido. Para una fiesta culinaria como el calçot, que vive de la aglomeración alrededor de una mesa, la pandemia fue una pesadilla. Pero está ya olvidada.

Con medio centenar de restaurantes especializados en Valls y alrededores, con decenas de productores, solo en la comarca del Alt Camp la calçotada y el calçot generan un negocio de entre 12 y 14 millones de euros, según un estudio de la Cambra de Comerç de Valls. Se calcula que se sirven en la cuna de esta tradición culinaria más de medio millón de calçotades entre res-



Adrià Wegrzyn ganó ayer por 14.ª vez el concurso de comer calçots al engullir 221 unidades (3,2 kg)

taurantes y particulares, sea en una casa o en el campo, cocinando los calçots a la llama, como es costumbre.

Muchas familias de agricultores tienen en el calçot una parte importante de su negocio, un producto que sirve para mejorar sus debilitadas cuentas y dar una alegría en un sector diezmado.

La calçotada se ha exportado desde su epicentro, Valls, a muchas otras partes. Por toda Catalunya y también fuera hay restaurantes que ofertan calçotades. El calçot también se vende a discreción, en centros de gran distribución como Mercabarna.

Susanna Carrasco y Ton Galofré, su pareja, cultivan cada año

## El Real Madrid de las calçotades

■ Adrià Wegrzyn, de 49 años, de la Esquerra de l'Eixample (Barcelona), ganó ayer su concurso número 14 de comer calçots. Solo ha perdido en tres ocasiones. Su dominio es tan apabullante que los organizadores del concurso modificaron las bases para prohibir al ganador repetir al año siguiente. Con 221 calçots engullidos, más de tres kilos limpios de la cebolla blanca, este jugador de rugby aficionado volvió a

levantar el trofeo. En la plaza del Pati de Valls es un ritual de la Gran Festa de la Calçotada (41 ediciones) verlo ganar y observar como va devorando un calçot tras otro. Implacable. Solamente un año tuvo que abandonar porque sufrió problemas estomacales. "Mido 1,98 m, la talla importa; la clave es la resiliencia", cuenta. Cada dos años asegura que tras el concurso se va a comer carne con su familia y amigos.

en Nulles (Alt Camp) un millón de calçots. Mercabarna es uno de sus principales compradores. Sufrieron lo indecible con la pandemia, arrancaron calçots en pleno confinamiento y tuvieron que tirar de sus ahorros para salir adelante. "Hemos vuelto a plantar como antes de la pandemia y la cosa pinta bien", explica Carrasco. Son de los grandes productores de la IGP Calçot de Valls.

Globalmente, el ritmo de ventas es incluso mejor que el de antes de la crisis sanitaria, cuando se esperaba comercializar 18,5 millones de calçots de la IGP Calçot de Valls. "Confiamos en

**Referente de la gastronomía festiva, genera un negocio en el Alt Camp y cercanías de 12 a 14 millones**

llegar a los 20 millones de calçots", dice Dalmaci Clofent, presidente de la IGP. Más récords.

Más allá de los calçots con denominación de origen, se cultivan más de 60 millones de calçots, según cálculos realizados por la Cambra de Comerç de Valls.

Hay optimismo. También entre los restauradores. El ritmo de reservas es muy bueno, después de unas primeras dos semanas de enero algo más flojas. "Las calçotades se asocian al frío, ahora hay mucha demanda", destaca Josep Maria Rovira, presidente de la Cambra de Comerç de Valls. El calor de diciembre y parte de enero no ayudaron.

La temporada, que cada año empieza después de la Navidad, se alarga cada vez más, con calçots hasta abril.

Hay restaurantes, especialmente en Valls y en toda la comarca del Alt Camp, que viven buena parte del año empujados por la fiebre del calçot. El calendario de las calçotades se disparará este febrero y marzo.●