

EL RENACIMIENTO DEL QUESO ESPAÑOL

■ ENRIC CANUT

DIRECTOR DE COMPRAS DE PRODUCTOS GASTRONOMICOS DE VIÑOSELECCION

En el mes de marzo de 1996, con motivo de la celebración del Salón Alimentaria de Barcelona, se organizó una gran exposición y degustación de quesos españoles, bajo el nombre "España, el país de los 100 quesos". Esta exposición, que ocupaba 250 m² del pabellón Interlact, fue un encargo de la propia organización ferial para dinamizar uno de los sectores alimentarios –los lácteos– que más pujanza han tenido en los últimos diez años.

La presencia (y cata) de 127 quesos diferentes, de todas las formas y tamaños, y los datos recogidos en el libro que se publicó con tal motivo, avalaban una realidad incuestionable que, por desgracia, sigue siendo una desconocida. Tanto por el sector distribuidor como por los propios consumidores.

De hecho, los primeros sorprendidos por la oferta apabullante de la quesería española fueron los propios productores y distribuidores que asistían a Alimentaria

Desde el oscurantismo que significaba una producción local y artesanal con una comercialización cercana al centro productor hasta su actual posicionamiento en el mercado, los quesos españoles, en los últimos diez años, han tenido un despegue espectacular.

COMO MUESTRA UN BOTON

En 1981 se constituía la primera –y durante mucho tiempo, la única– Denominación de Origen de quesos en España: el queso Roncal, cuyo reglamento fue reformado en 1991. Hasta 1985 no aparecen otras dos nuevas Denominaciones de Origen –Mahón y Cantabria– y hubo que esperar hasta 1990 para la consolidación del fenómeno con un desarrollo acelerado de otras Denominaciones de Origen, hasta las 15 existentes en la actualidad y alguna más en trámite o pendiente de ratificación administrativa.

En la actualidad, en España se comercializan casi 7.000 toneladas anuales de diversos quesos amparados con el marchamo de las Denominaciones de Ori-



gen, con una facturación cercana a los 10.000 millones de pesetas.

En paralelo, otros quesos tradicionales (de elaboración artesanal o no) iban adquiriendo carta de identidad entre los consumidores, sin necesidad del amparo y reconocimiento de la Denominación de Origen

Nombres como la Torta del Casar, Servilleta, Garrotxa, Montsec, Tronchón, Cebreiro, Castellano, Pata de Mulo, etc. iban de oreja en oreja y de boca en boca, cantando y probando sus excelencias.

La industria quesera se apuntó al carro imparable y combinaban sus elaboraciones clásicas y/o de origen internacional con otras especialidades autóctonas.

Incluso nuestro inefable "queso de mezcla", con formato tipo manchego y de 3 kilos de peso medio que colonizaba las vitrinas frigoríficas de nuestras tiendas, sufría un proceso de clarificación, identificación y renovación.

Se crearon tres Denominaciones Genéricas de Calidad para los quesos de mezcla –ibérico, hispánico y

de la mesta– con diferentes porcentajes y tipos de leches empleadas, y se recuperaban formatos pequeños o tipos de curación y presentación que evolucionaban a la baja.

No obstante, más de la mitad de la producción y consumo de queso en España pertenece a esta amalgama confusa y oscurantista. Algo así como más de 100.000 toneladas anuales vendidas.

Era preciso una adecuación y puesta al día de esta gran familia quesera de la cual tanto se había abusado, para lo bueno y para lo malo.

El sector industrial, casi sin pensarlo ni reflexionarlo, se había encontrado con una competencia brutal, tanto en precio (rozando el dumping) como en agresividad comercial, de los quesos de vaca de pasta prensada y de importación y reaccionaron posicionándose en los resquicios de mercado que quedaban: nuestros quesos autóctonos y los quesos de mezcla "tipo manchego" pues somos un país que disponemos de las tres leches prácticamente todo el año.



También el sector exportador se ha animado con nuestros quesos autóctonos, con la creación de consorcios exportadores o acuerdos comerciales, quesería a quesería, para la presencia y distribución de los quesos españoles tanto en Europa como en América.

En la actualidad se exportan cerca de 50.000 toneladas anuales de quesos españoles: una cifra que se ha duplicado en apenas cinco años. Ahora ya no nos sorprende ver un Manchego o un Roncal en Harrod's o un Picón de Valdeón de Kautchof.

DEPRISA, DEPRISA

Y todo ello en apenas una década. Un corto periodo de tiempo donde las cifras bailaban a ritmo frenético. El consumo lácteo se ha convertido en el segundo, después de la carne, en el gasto alimentario nacional, con el 13,2% del total.

El promedio del consumo quesero ha aumentado el doble alcanzando los 8 kilos/habitante y año, aún lejos de la media europea pero cada vez más cerca y, desde luego, impensable hace apenas unos años.



Pero, quizás lo más importante desde mi punto de vista, los cambios se constatan en una presencia en el mercado de los quesos españoles, tanto en variedad, calidad e identidad, que ha dinamitado la imagen arcaica y obsoleta del queso español: la famosa trilogía del blanco (el queso fresco), el rojo (el tipo Edam o bola nacional) y el "manchego" (cualquier sucedáneo cilíndrico con la pleita y la espiga marcadas en su corteza).

Nuestros quesos están viviendo una época dorada con un merecido -ya era hora- reconocimiento. Los

quesos más caros y apreciados del mercado ya no son los inefables Roquefort o Vacherin sino la Torta del Casar, el Flor de Guía o el Montsec. Y está de moda el queso español, tanto aquí como fuera de aquí, como un reflejo del Sur, lleno de sol, cultura y sabor, en un renacimiento de la parte más lúdica del consumo.

Un recién nacido (o más bien renacido) fuerte y con energías pero que deberemos cuidar y educar entre todos, desde productores a consumidores, para que llegue a su mayoría de edad con mucho que decir, a propios y extraños. ■

El Queso Tetilla se viste de etiqueta



Consello Regulador da
Denominación de Orixe
Queixo Tetilla

C/ Rodríguez de Viguri, nº 45 - 2º B
15703 SANTIAGO DE COMPOSTELA (La Coruña)
Tfno.: (981) 57 79 21 • Fax: (981) 57 77 88

