

**SAPIENS DE LOS CÓCTELES**

¿Qué es el Sapiens de los cócteles? ¿Por qué se llama así? Esta obra pretende analizar el concepto «cócteles» en toda su amplitud, comenzando por sus aspectos esenciales. No es posible pensar en innovar —en ninguna rama del saber— sin conocer y clasificar primero el conocimiento disponible. Solo se puede crecer a partir de unas bases sólidas.

Partiendo de sus aspectos más básicos, el Sapiens de los cócteles es una serie de cuatro volúmenes enmarcados dentro de la Bullipedia, el proyecto de elBullifoundation centrado en la publicación de una enciclopedia sobre la restauración gastronómica en el mundo occidental. El objetivo del Sapiens de los cócteles es abordar la coctelería bajo todas sus formas y expresiones. Nuestra intención es estudiar e ilustrar, desde un punto de

vista científico y humanista, todas las derivaciones a que ha estado sujeto el término «cóctel», así como todo lo que lo rodea, incluidos los espacios de consumo y los profesionales, y el ámbito cultural en el que pervive en la sociedad occidental contemporánea. El primer volumen está destinado a los

protagonistas del sector de la coctelería, los bartenders como foco de atención, con información útil también para otros profesionales de la restauración y todos aquellos aficionados que deseen obtener un conocimiento que vaya más allá de la mera anécdota, desde un lenguaje claro y divulgativo.



**ASPECTOS LÉXICO-SEMÁNTICOS**

¿Qué es un cóctel? ¿Y una coctelería? En este capítulo intentaremos arrojar cierta luz sobre los dos términos centrales objeto de esta obra. Primero nos adentraremos en la controvertida etimología del término para después considerar cómo se ha utilizado históricamente y cuáles son los límites de las definiciones clásicas. Nos plantearemos también una serie

de preguntas que cuestionarán algunas de las ideas preconcebidas más frecuentes. El capítulo nos servirá asimismo para conocer algunos de los conceptos básicos de la Bullipedia, como el producto, el producto elaborado o la elaboración.

Además, revisaremos cómo se ha denominado a los profesionales de la coctelería y el bar, y propondremos una definición de cóctel que nos sirva como base para discusiones futuras.



ASPECTOS GEOPOLÍTICOS Y DE INTENCIONALIDAD

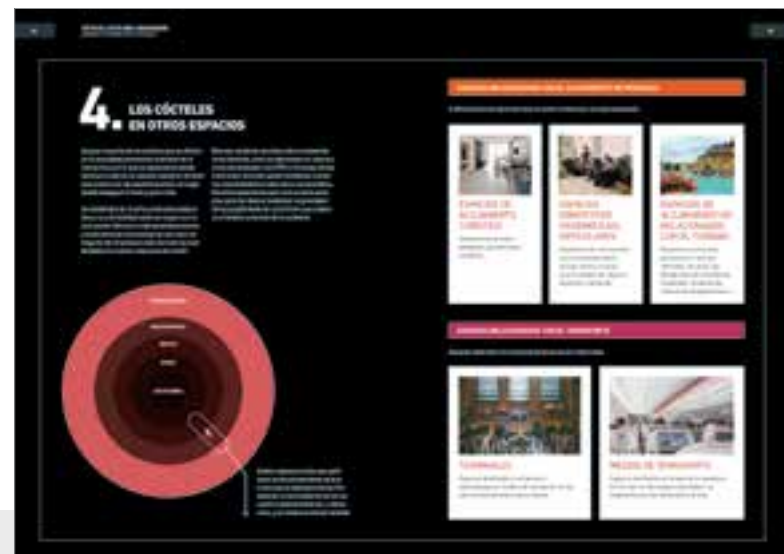
En este breve capítulo comentaremos la perspectiva desde la que abordamos esta obra. Si antes hemos definido el «qué», ahora pasaremos a contextualizar a modo de resumen el «desde dónde», o dicho de otro modo, los sesgos y limitaciones que implica nuestra forma de entender la coctelería. Somos conscientes de que este libro está escrito en unas coordenadas temporales y geográficas muy concretas que condicionan nuestra forma de comprender la disciplina en su totalidad. Por ello, en estas páginas apuntaremos qué otras formas de abordarla y sensibilidades podrían darse, a las que necesariamente hemos podido prestar menor atención.



¿DÓNDE SE TOMAN LOS CÓCTELES?

El tercer capítulo tiene por objeto examinar los espacios de consumo de los cócteles; no solo aquellos que le son propios y específicos, como la coctelería o el bar de cócteles, sino muchos otros donde el cóctel ha ido apareciendo poco a poco. Aunque la clasificación y organización de los tipos y estilos de bares es algo que se aborda en mucha mayor profundidad en el segundo volumen del Sapiens de los cócteles, en este capítulo ofreceremos una aproximación inicial al profesional que quiera establecerse por su cuenta, para que aprenda a discriminar con rigor cuál va a ser su idea de proyecto.

Nos adentraremos también en qué otros elementos debe contener la oferta complementaria a nuestros cócteles, dado que casi siempre van acompañados de otras elaboraciones.



¿CUÁNDO SE TOMAN LOS CÓCTELES?



Además del condicionante espacial, la hora del día y la ocasión son otros de los condicionantes sociales en el momento de elegir consumir o no un cóctel y, en caso afirmativo, cuál será la elaboración elegida. Los horarios y ritmos de consumo marcan nuestra ingesta, definen nuestras pautas de trabajo y contribuyen a que nos planteemos o descartemos nuevas líneas de negocio.

En estas páginas revisaremos también cómo se ha venido codificando todo este lenguaje horario y qué relación se establece con el del consumo de comidas.

¿CÓMO CLASIFICAR LOS CÓCTELES?

Este es uno de los capítulos más importantes del libro, ya que las clasificaciones son la piedra angular del método Sapiens. Y lo son porque nos permiten explorar sistemáticamente el conocimiento, ordenarlo, y establecer relaciones entre los datos obtenidos, que además podrán recordarse más fácilmente. Esta matriz puede usarse también de modo inverso, para analizar a fondo una elaboración ya existente o para crear una nueva llenando los diferentes puntos con una de las variables ya conocidas. Así, por ejemplo, veremos que los cócteles pueden contemplarse desde ángulos tan distintos como la temperatura de servicio, el momento de consumo habitual o el grado de fugacidad. Las clasificaciones, además, nos han servido indirectamente para identificar lagunas y terrenos sin explorar en esta disciplina. Clasificando fue

como llegamos a la conclusión de la falta de ejemplos relevantes de cócteles en la *Nouvelle cuisine*, o del enorme trabajo que queda por hacer en aspectos como la fugacidad del cóctel.

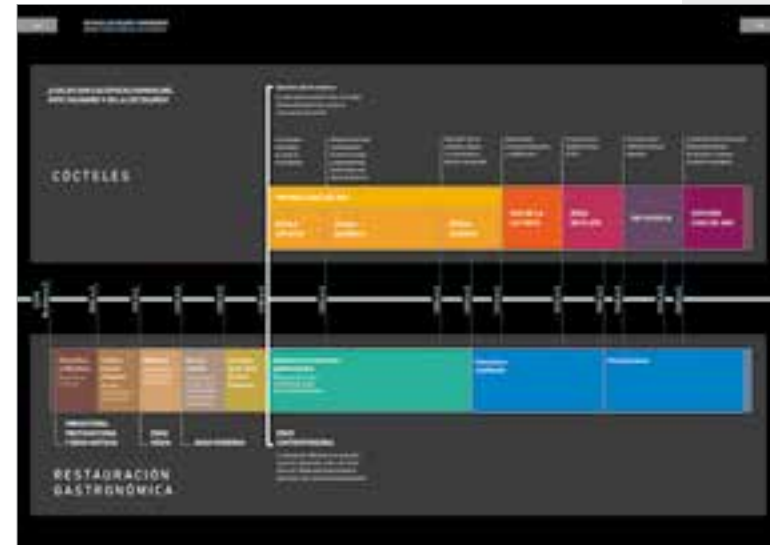
Y, más allá de la pura investigación, las clasificaciones son una herramienta útil para el diseño de cartas de coctelería equilibradas,

puesto que nos ayudarán a evaluar si hay una correcta distribución de variables críticas, como el producto principal o el formato de consumo. Naturalmente, el lector avezado entenderá que las clasificaciones que proponemos son solo algunas de las muchas posibles y creará a partir de ellas las suyas propias (por tiempo de elaboración, coste, etc.).



ORIGEN Y EVOLUCIÓN DE LOS CÓCTELES

El capítulo sexto, uno de los más extensos, se centra en el largo camino que hemos recorrido para entender los cócteles tal y como los vemos hoy en día. En lugar de partir del momento en que se referencia por primera vez la palabra «cóctel» en su acepción moderna, hemos preferido ir más atrás para averiguar cuáles son las fuerzas históricas que han dado lugar a su aparición. Así, viajaremos hasta la prehistoria para descubrir que el impulso de mezclar bebidas es casi innato en el ser humano. Compararemos las etapas de la historia de la coctelería con las de la historia de la restauración gastronómica, lo que arrojará nuevas luces sobre algunos de estos periodos, y apuntaremos brevemente los desarrollos clave de la disciplina.



ACTUALIDAD: ANÁLISIS DE LA EVOLUCIÓN CREATIVA

Uno de los puntos clave de la metodología Sapiens es el estudio de la creación y la innovación en las organizaciones, así como de su evolución en el tiempo. A través de entrevistas en profundidad, inspirándonos en el periodismo y en la etnografía, hemos llevado a cabo una disección de tres casos de estudio muy distintos de sendos establecimientos que han llevado a cabo cambios significativos y con consecuencias para el futuro devenir de la coctelería como disciplina.

una vocación de crecimiento y expansión que lo alejan del modelo de PYME que rige en muchas estructuras empresariales del mundo de la coctelería.

Por último, analizaremos la innovación llevada a cabo en The Artesian durante el exitoso periodo en el que estuvo dirigido por Alex Kratena y Simone Caporale, prestando especial atención a los cambios efectuados en la estructura del menú, sus mecanismos de generación de ideas, el diseño industrial y las relaciones con los proveedores.

Este capítulo, que pretende mostrar tres casos de disrupción en coctelería, además dar ideas para el futuro emprendedor, enlaza con los contenidos del segundo volumen de esta obra, centrado en la gestión de un bar coctelería.

En primer lugar, efectuaremos un recorrido hasta ahora inédito por lo que significó la coctelería en la trayectoria de elBulli. Uno de los aspectos menos conocidos sobre el tema es el encaje que esta tenía en la concepción general del menú degustación, cómo obedecía a una lógica interna de producción y servicio, y cómo sirvió de banco de pruebas para diversos avances técnicos que se emplearían posteriormente en otros tipos de elaboración (algunos de ellos tan populares como el sifón de crema). Además, este apartado repasa también el posterior desarrollo de los cócteles en 41º y Enigma, y el trabajo desarrollado por Marc Álvarez y Albert Adrià.

El segundo apartado se adentra en la concepción del modelo de negocio de Dry Martini de Javier de las Muelas y en especial en su afán de estandarizar y sistematizar todas las áreas de la empresa, con



PERSONAS Y LUGARES DESTACADOS

Hemos incluido, a modo de pequeño quién es quién, dos anexos dedicados a enumerar las personas y establecimientos, clásicos y contemporáneos, que consideramos que todo profesional del mundo de la coctelería debe conocer. Es una selección muy breve que iremos ampliando en posteriores ediciones a partir del debate generado por este trabajo.

