



Experiencia Gourmet

Casa Benigna, pasión por el aceite (y las personas)

# Las 7 verdades de Norberto Jorge

Humildad, trabajo y pasión. Son las tres palabras que definen la filosofía de Casa Benigna y a su propietario, Norberto Jorge, artífice del éxito de este acogedor local con más de dos décadas de vida -abrió sus puertas en 1990- basado en el respeto por las personas y las tradiciones, “el más barato de los restaurantes caros”, según reconoce su dueño. Son las verdades de Norbe, su particular visión del negocio, la industria, el aceite y, en definitiva, de la vida misma.



**H**ijo de tendera y sastre, Norberto Jorge (San Vicente del Raspeig, Alicante, 1946) estaba destinado a fracasar como académico, “que era lo que mis padres querían”, y devenir en artesano de la alimentación. “Soy mesonero porque disfruto viendo a los demás pasar un buen rato”, proclama convencido. De espíritu inconformista y viajero cultivado a lo largo de más de medio siglo de recorrido profesional, el chef alicantino afirma que “el oficio se lo debo a mi curiosidad y a la generosidad y competencia de los profesionales que me han acogido en todo este tiempo” -Dionisio Duque en Segovia, Clodoaldo Cortés en Jockey, Juan Mari Arzak en el alto de Mira-

Experiencia Gourmet



flores, Dominique Toulousy en Les Jardins de l’Opera de Toulouse...-. Un oficio en el que Norberto ha aprendido que “la calidad de tus creaciones es inversamente proporcional a la cantidad de platos que atacas simultáneamente: a más especialidades, mayor dificultad, menor control, menores garantías... aumentando nuestra contribución a la mediocridad reinante”. Enamorado del arroz, del trabajo bien hecho y la atención al detalle, este visionario chef adivina un futuro próximo en el que el aficionado a la buena mesa se fijará más en el nombre del plato que en el del cocinero o el restaurante. De ahí su especialización en arroces secos y carnes y pescados jugosos, en productos frescos y tradicionales, elaborados con el mayor nivel de exigencia. En definitiva, en “la cocina de antes de la invención del frigorífico, los congeladores y el *packaging*”.

## El aceite de oliva, clave de la cocina mediterránea

“Yo entré en el mundo del aceite, que era mi gran asignatura pendiente, esencialmente por mercantilismo, al darme cuenta bastante pronto de que si había un movimiento o una línea de continuidad dentro de la gastronomía que no iba a depender de las modas, una vez se acabasen las tonterías y las frivolidades, iba a ser la salud, los efectos saludables del aceite de oliva en la alimentación. Es entonces cuando pierdo el tren de la *Fusion Cooking* y me dedico en cuerpo y alma a la Dieta Mediterránea, que se convierte en mi prioridad absoluta. La cocina mediterránea tiene un hilo conductor, que es el aceite de oliva, mientras que el de la cocina moderna especulativa son productos de bajo costo -que no de baja calidad- y alta manipulación, y eso está bastante alejado de la salud”.



## La cocina de Casa Benigna

“La cocina de Casa Benigna es una cocina de supervivencia y sostenibilidad empresarial”, asegura Norberto, que asume que “soy el más barato de los restaurantes caros, ése es mi nicho. Y cuando eres el más barato de los caros estás muy cerca de ser el más caro de los baratos, y te puede entrar un tipo de público que no tiene la sensibilidad suficiente respecto a tu trabajo, pero tengo que vivir con ello y asumir que la visita de fin de semana es así. Nosotros estamos demasiado cerca ya de un mercado que



sólo piensa en el precio, pero gracias a ello aún estoy abierto y sigo creciendo, generamos más visitas de las que perdemos, y eso en los tiempos que corren es para felicitarse". Casa Benigna goza del aprecio de una clientela fiel -12.000 personas al año durante los 3 últimos ejercicios, en los que ha logrado mantener el mismo equipo a pesar de la crisis, eso sí, teniendo que abrir dos días más-, que "confía en lo que haces y nos ha perdonado las dudas y debilidades que hayamos podido tener".

### La industria

"El aceite tiene varias funciones y matices fundamentales: como colchón térmico, como transportador de sabores y como



producto cardiosaludable. Pero es un producto demasiado obvio como para que la gente le dedique tiempo. Existe un exceso de desinformación que es muy perjudicial a medio plazo, sigue existiendo una masa desinformada que no sabe lo que busca e ignora que lo más importante es la emoción. Uno de los grandes enemigos del aceite de oliva es la ignorancia. En mi opinión, el mercado del aceite carece absolutamente de sofisticación, es un mercado inmaduro y rústico. Hay que hablar claramente sobre los usos y funciones de las grasas alimentarias, de cuáles son sus ventajas y virtudes, atreverse a convencer a los productores de que los primeros beneficiados de que exista segmentación y especialización en el mercado del aceite, que son síntomas de madurez, son ellos. Estamos asistiendo a una especie de suicidio colectivo de la industria".

"Hemos pasado del restaurante personal al restaurante temático. Como decía Steve Jobs, cualquier negocio tiene que tener una historia que contar, y eso sólo se consigue a base de mucho marketing y con un gran presupuesto en diseño y comunicación. En Casa Benigna tenemos claro que esto se debe convertir en el templo de la patella".

### Reflexiones sobre el aceite

"Hay que sacar al aceite del contexto de las tendencias culinarias porque el AOVE no es una moda, sino algo definitivo que va a superar a todos los Ferrán Adrià del mundo. El aceite es uno de los pilares fundamentales e inamovibles del edificio de la alimentación humana, es el camino."

"En el mundo del aceite el referente más importante es la persona, el productor. Hablamos de confianza y sinceridad, de una cuestión personal".

"Los aceites, al igual que otro zumo de frutas como el vino, tienen tres funciones muy claras: aporte energético, aporte funcional (valor instrumental) y valor emocional, que es lo volátil, lo que cuesta dinero. En una época en la que abunda el atrojo y lo rancio, triunfan aquellos aceites neutros que no ofenden".



### La gastrodieta

El concepto de *gastrodieta* (hambre+apetito+gastronomía=*gastrodieta* o gastronomía dietética) se define como la buena salud a través de la buena mesa. Para ello, Norberto recuerda que "el 20% de las calorías de la ingesta deben ser de origen animal y el 80% restante, de origen agrícola, del que el 50% debe ser en crudo y el otro 50% tratado térmicamente, esto es, cocido, asado, frito, etc." El chef alicantino recomienda "visitar más los mercados y menos los supermercados", así como "hablar con tus proveedores: pregúntales, motívalos, exígeles". Los ejes intelectuales de Casa Benigna son los de la *gastrodieta*: succulento, saludable y sostenible. En esa búsqueda de la *gastrodieta*, y dado el exceso de Omega 6 y el déficit de Omega 3 que existe en la alimentación actual -este último se encuentra fundamentalmente en el lino (54%), las nueces (14%) y en menor medida en el pistacho- surge el proyecto de producir y comercializar 100 botellas de aceite mezclado con frutos secos ecológicos cuyo resultado es un producto que tiene un 52% de picual ecológico con propiedades muy antioxidantes y un 48% de frutos secos ecológicos, sin defectos y mezclados al milímetro, "mandando la nariz y no los análisis", puntualiza Norberto.

### Superoliva

Norberto Jorge recuerda algo obvio, pero que "por sabido, a veces se olvida", y es que el aceite de oliva "es la parte grasa del zumo de las aceitunas. Su calidad va a depender del estado de salud y madurez de los frutos del olivo, de la manera de recolectarlos y tratarlos para extraer su aceite y del modo en que se



consERVE, transporte y use. Se le llama virgen si se ha obtenido sin usar extractores químicos, y virgen extra si además, cosa rara, carece de defectos".

*Superoliva* es "un intento por poner orden en el mercado, en el que el virgen extra ha perdido totalmente el sentido cuando se oxida o se enrancia". El término designa a los AOVES de máxima puntuación en la cata organoléptica en perfecto estado de conservación, "especies desprotegidas que sólo sobreviven en medios tan especiales como ellos mismos", señala Norberto. "Eso no tenía nombre y había que bautizarlo de alguna manera", afirma orgulloso su creador.



### La patella

La *patella* es, en palabras del propio Norberto Jorge, "nuestra nada humilde contribución a la evolución de la paella como instrumento culinario y, por tanto, también como plato de arroces secos", recuperando el nombre latino de tal bandeja, y al que se decidió dar la forma del sombrero del Quijote "para embellecer el plato sin tocar la receta, al tiempo que españoleábamos sin mayor costo". Fabricada en cobre y estaño, sin asas y más gruesa que la tradicional, este invento patentado por el artífice de Casa Benigna conserva el calor durante más tiempo que la paella. Al final, como dice Norberto, se trata de pasar buenos ratos alrededor de una *patella*.

## ...Y un par de píldoras

### Tradición e innovación

"La tradición es la suma de las innovaciones exitosas", afirma Fabrizio Vignolini, director de la O.N.A.O.O. italiana y uno de los mentores de Norberto. Palabras que suscribe plenamente el cocinero alicantino, para quien la tradición es impensable sin la innovación.

### Norbe Collection

"*Norbe Collection*, mi propia marca de virgen extra, es una experiencia personal para tener el aceite en casa, algo anecdótico que tiene un valor sentimental y que aporta imagen de marca".

Alfredo Briega Martín



## El sueño asiático de Norbe

“Quiero hacer el templo del arroz en China”. Así define Norberto Jorge el ambicioso proyecto que ha puesto la puesta en marcha durante el pasado mes de octubre del *Pietrafitta Mediterranean Culture Centre* -que toma el nombre de una histórica hacienda vitivinícola de la Toscana italiana-, un museo dedicado a la cultura mediterránea situado en una esquina privilegiada del selecto centro comercial *Roma Spring* de la ciudad china de Wuhan (capital de la provincia de Hubei), que ha contado con el prestigioso chef alicantino como consultor en todo lo relacionado con el mundo del aceite, del vinagre balsámico y de la restauración. El museo, cuyos ejes son los tres grandes cultivos mediterráneos (cereal, olivo y viñedo), incluye una tienda de vinos y aceites y dos restaurantes de cocina mediterránea -ambos fuertemente inspirados en Casa Benigna- con el arroz como indiscutible protagonista, uno casi idéntico a la Benigna y el otro enmarcado dentro de un nuevo concepto de comida “lentamente elaborada y rápidamente servida”, como los define el propio Norberto. Estos *hijos* de Casa Benigna en el gigante asiático comprenden un restaurante de cocina mediterránea que utiliza técnicas culinarias occidentales presentadas al modo oriental y terminando siempre con una *patella* Benigna de arroz en el centro de la mesa -como no podía ser de otra manera-, y un restaurante *fast food* alternativo que se presenta como todo un homenaje al arroz, elaborado con aceite de oliva y mucho mimo, y servido con inmediatez al pedido. Y es que, como admite sin reparos Norberto Jorge, “llevo 40 años preparándome para este proyecto, ésta es la pura realidad”.

Norberto recuerda que “cuando me presentaron el proyecto, la cocina tenía apenas 100 metros y 200 sillas, y yo les di mi opinión, que poca cocina implicaba mucho precocinado y que la calidad de la comida se iba a ver deteriorada. Estoy satisfecho porque me han dado una cocina de 200 metros, que es aceptable para un restaurante con ambiciones. Hay *buen rollo* y, sobre todo, una gran ilusión por desbrozar la selva y abrir camino”.

