

Contorno a los desafíos de la Sala frente a los nuevos tiempos

Por: Francisco Belín

El formato online volvía a convertirse en aliciente para que cuatro expertos de la Sala dejaran constancia de algunas pistas a seguir para no pocos de los interrogantes que la pandemia ha generado en la restauración y los hoteles.

[Canariasgourmet!](#), con Leonor Mederos como moderadora y José Garavito y su equipo en el backstage, citaba gracias a las conexiones a través de internet a grandes conocedores del servicio a los comensales, que vertieron aspectos sustanciales y claves ante la paulatina reapertura de los establecimientos acorde a las fases de la desescalada y hablar de tema, los desafíos de la Sala.

Allí estaban **Roberto Castro** (maitre de [El Secreto de Chimiche](#)); **David Ghosn** (presidente de los Sumilleres canarios y profesor); **Miguel Otero** (jefe de sala y asesor de locales) y, desde México, **Patricio Rivera**, el Mejor Sommelier [San Pellegrino 2020](#), como Maître y co-propietario en [KOLI Cocina de Origen](#).







En principio, los expertos coincidieron en afirmar que los que van a llevar la Sala se someterán también a una actividad laboral de riesgo, algo esencial a la hora de apelar a la responsabilidad de los clientes.

Los desafíos de la Sala frente a los nuevos tiempos

Miguel Otero consideró que lo que toca ahora es formación y más formación, incluyendo las de las normas relacionadas con

la Covid-19. ¿Cómo mantener la excelencia del servicio en sala con estas exigencias sanitarias?

Otero indicó que no queda otra que extremar el cuidado en las prácticas higiénicas y de desinfección.

Para el jefe de sala, sumiller y asesor, ***“los cambios van a ser drásticos a la hora de implantar nuevos hábitos y posiblemente el show cooking pueda ser uno de estos recursos en los que también puede intervenir el camarero”***. ***“Lo vital –puso de relieve– es que los comensales sepan (sientan) que hay garantías en el local y que es de confianza, porque por ello mismo acuden allí”***.

De cualquier forma, Miguel Otero se mostró partidario de “no poner el carro delante de los caballos (como inversiones en mamparas, etc.) hasta que las bases de las leyes estén plenamente vigentes y asentadas”.

Roberto Castro aseguró, por su parte, que no hay fórmulas mágicas y que la precipitación puede ser una pésima consejera.

“Un recurso indispensable va a ser la confianza. El cliente sabe quiénes somos y verá que todo se cumple; vendrá otra vez porque se sentirá a resguardo con las medidas de higiene y seguridad, y la excelencia del servicio que seguirá disfrutando”.



Los desafíos de la Sala

A las preguntas de Leonor Mederos y de los que se “dieron cita” en la conexión, Castro hizo hincapié en que ***“en cada caso la gran diferencia la vamos a marcar nosotros mismos, casi como psicólogos que arropamos y estamos atentos a nuestros ‘huéspedes’, a la par de que mejorarán los sistemas de higiene con información, ozono, grifería automática...”***.

“Así pues, quien venga a cada establecimiento habrá interiorizado su confianza en la vajilla, la cubertería por un lavado de todos los elementos con altas temperaturas. En cualquier caso, tenemos que ser prudentes ante la evolución de los acontecimientos porque todo cambia día a día”.

Sobre la práctica del servicio con la preceptiva mascarilla, ***“a lo mejor no todos tendremos que llevarlas según el instante y no todo el tiempo. Vamos a tener que ser muy ‘coreógrafos’, más ‘reverenciales’ bien entendido este apunte”***.



Castro advierte que ***“las dudas van a ir surgiendo día a día y vamos a tener que ser versátiles, aunque yo estoy seguro de que nuestro cometido no va a cambiar especialmente pero sí que habrá que adaptarse y no cometer irresponsabilidades, tal y como ocurrió en las aperturas de terrazas”***.

“Todos-as tenemos ganas de ir a tomarnos una buena cerveza o un vino, pero está en juego la salud y eso comporta responsabilidad absoluta individual y colectiva; en lo económico, aunque sea duro lo que estamos viviendo, estoy seguro de que recuperaremos”.

David Ghosn abogó desde Gran Canaria hacia todo el Archipiélago por cambios en la formación y subrayó la buena perspectiva que aclara este tipo de conexiones para el sistema educativo en las facetas no presenciales, sin descuidarse ante la carga práctica que tienen las vertientes de la sala como es la sumillería.

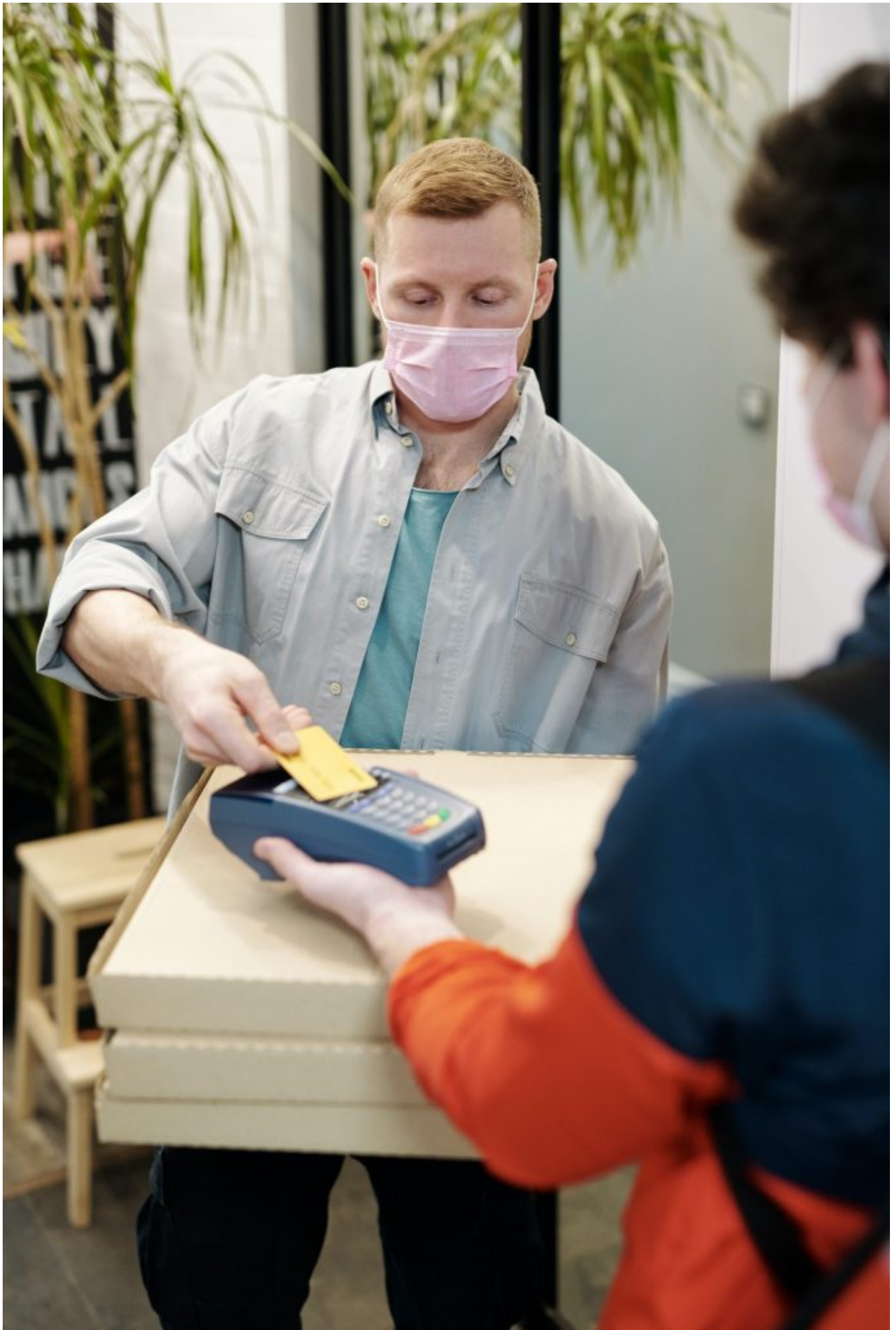
“Eso implica –en opinión del profesor y experto en vinos- que nos tengamos que habituar a todo esto de forma rápida, ágil y

cambiante, y el después de esta pandemia en la restauración constituye la nueva temática a tener en cuenta”.

A la relevancia de la Sumillería asociada al Vino de Canarias y al producto local en los escenarios que se avecinan -la pregunta de Leonor Mederos-, para el presidente de los sumilleres de Canarias:

“tiene que ser una apuesta máxima. Con el sector primario se perfilaba de algún modo ese camino y un ejemplo vistoso es que, en los hogares, durante el confinamiento, el consumo de vino ha superado al de cerveza”.

“Se ha visto, por tanto –detalló– que supone una nueva vía para productores y distribuidores, ya que el reparto a domicilio se ha convertido en parte importante de la cadena. Hay que perder el miedo y en la restauración poner énfasis en el producto local, por supuesto”.



El reparto a domicilio se ha convertido en parte importante de la cadena

Acerca del modo de tratar a los comensales en el caso de llevar la mascarilla, Ghosn hizo referencia a la fuerza de la comunicación no verbal (***“los ojos son el espejo del alma”***), ***transmitiendo sinceridad, calma, expresando sensaciones positivas en la bienvenida y despedida. Somos creativos, grandes actores y cuando se sube ese telón tenemos que caracterizar más aún la secuencia de los cometidos de la sala”***

“Yo espero que se pueda hablar y seguir sirviendo el vino, con todas las medidas de seguridad, más o menos en similares condiciones porque si no perderemos una parte esencial del servicio. Las condiciones que se nos presentan podrían constituir, por otra parte, la revolución de la sala, de los protocolos y un contexto propicio para lucirnos más”, aseveró David Ghosn.

Patricio Rivera, desde México, aseguró que los comensales acudirán a sus establecimientos de referencia para encontrar el mismo encanto que los llevaba allí anteriormente.

“El trabajo consistirá en que nos visiten con la máxima normalidad posible y a nosotros nos toca preparar un servicio mejor (pre servicio y post servicio) en todo lo que signifique la higienización y la excelencia según nuestra tabla de prioridades”.



Los comensales acudirán a sus establecimientos de referencia para encontrar el mismo encanto que los llevaba allí anteriormente.

Rivera señaló que *“un punto a favor es que habrá gente que está dispuesta a ‘normalizar’ sus salidas y el disfrute de los restaurantes; otra con miedo se va a quedar en casa. Tenemos que intuir las exigencias de esas personas que se animan a vivir la experiencia y ahí es donde radica el reto del sumiller en el refuerzo de su confianza. Los miedos se deben ir superando”*.

Patricio Rivera comentó que *“ante los nuevos objetivos debemos estar preparados y también ir palpando cómo va evolucionando la realidad en cada momento porque pueden sobrevenir cierres temporales e inversiones obligadas por las normas sanitarias estrictas ante posibles rebrotes del virus”*.