

La inflación como nuevo signo identitario

ANTÓN COSTAS

En nuestro afán tan catalán de ir por delante en todo ya tenemos otro motivo de satisfacción, además del liderazgo del Barça en la Liga. El viernes de la semana pasada el Instituto Nacional de Estadística dio a conocer la evolución del índice de precios al consumo (IPC) en España durante el año 2004. Como saben, finalmente la inflación fue del 3,2%, es decir, 1,2 puntos por encima del 2% que el Gobierno había previsto, que no está mal. Pero si nos fijamos en el IPC por autonomías, Cataluña lidera también esta liga, con un crecimiento del 3,6%, aunque en este caso los motivos de satisfacción sean más dudosos. Y todo indica que seguiremos manteniendo el liderazgo, dado que mientras que en el mes de diciembre todas las autonomías tuvieron crecimientos negativos del IPC (la media española fue del -0,1%, cosa que no ocurría desde que existe la serie histórica de este índice), el IPC catalán se comportó de forma neutra (fue del 0,0%). Es decir, también en la liga de invierno del IPC español hemos sido líderes.

¿Es un liderazgo coyuntural o está firmemente asentado? Tomando como referencia para la comparación los últimos 10 años, Cataluña se situó a lo largo de este periodo en los puestos altos de la clasificación del IPC por autonomías.

¿Tenemos, entonces, que preocuparnos? A ver, depende. El perfil del crecimiento de los precios en Cataluña es el mismo que el del resto de las autonomías. Esto nos dice que el mercado interior español está integrado. Si tomamos el criterio de convergencia que se utilizó para decidir qué países europeos tenían una inflación excesiva que les impedía entrar en el euro y lo aplicamos a las autonomías, no podemos hablar de una inflación catalana excesiva respecto de la media española.

El problema es que año tras año una pequeña diferencia de inflación acaba siendo mucho. Puede suceder como en el caso del rey que prometió dar al que le enseñó a jugar al ajedrez la cantidad de trigo que resultase de poner un grano en la primera casilla e ir doblan-

do sucesivamente; al final, le fue imposible. Dado que Cataluña es una economía netamente exportadora, tanto hacia el mercado español como hacia otros mercados europeos con mucha menos inflación, pequeñas diferencias anuales pueden acabar arruinando la exportación. Y eso sin tener en cuenta que, mientras tanto, diariamente los consumidores catalanes resultan perjudicados al pagar más que el resto de los españoles por los mismos bienes.

¿Que causas pueden explicar esta excepcionalidad? Podemos señalar varias. La primera, el precio del

petróleo; pero esto fue igual para todos y, en todo caso, explicaría que el IPC español de 2004 haya sido más elevado de lo previsto oficialmente, pero no la diferencia catalana. La segunda podría ser el crecimiento; pero en este caso, la diferencia de crecimiento de la economía catalana en los últimos años tampoco ha sido para tirar cohetes. La tercera serían los costes salariales de las empresas; pero, en los años de los gobiernos de Aznar, los trabajadores han sido muy moderados en sus reivindicaciones salariales. Una cuarta causa podría ser la riqueza catalana: cuanto más

ricos, más inflacionistas; pero la riqueza por persona de la comunidad madrileña es elevada y, sin embargo, su inflación está en la parte baja del conjunto español.

¿Que explicación nos queda, entonces? Si nos fijamos en los bienes que en mayor medida explican la diferencia de precios entre Cataluña y el resto de España, comenzaremos a comprender lo que pasa: enseñanza, ocio y cultura, vestido, calzado y menaje, y medicina. Esto apunta a posibles diferencias en las estructuras de los mercados de esos bienes en las autonomías. La composición de la oferta y la de-

manda educativa y sanitaria en Cataluña tiene un mayor componente privado o público concertado, y esto puede estar provocando que los costes sean aquí más elevados. Por otra parte, las restricciones a la apertura de nuevas formas de distribución comercial y de horarios pueden estar provocando que los costes de la distribución y, por tanto, los precios finales que pagan los consumidores catalanes sean mayores. Alguna evidencia de todo esto, aunque no definitiva, tenemos los economistas.

¿A quién benefician esas restricciones al comercio? En principio no están pensadas para beneficiar al consumidor, sino al pequeño comercio catalán, cuya estructura actual constituye un rasgo del modelo de sociedad que defiende, entre otros, ERC. Pero, como es sabido, el infierno está lleno de buenas intenciones. Los economistas y sociólogos hablamos en ocasiones de las consecuencias no queridas de las leyes, aun de las mejor intencionadas. Y en este caso, las restricciones comerciales a la apertura de nuevas superficies y formas de comercio no están evitando la desaparición de una parte de los pequeños comercios, mal adaptados a los nuevos gustos, y por el contrario favorecen a los grandes distribuidores que ya están instalados, que de esta forma no han de hacer frente a nueva competencia.

El Gobierno de la Generalitat está preocupado por la crítica que se le hace desde diferentes frentes por haber dado durante su primer año prioridad a la política identitaria frente a la política social. Dado que una parte del Gobierno defiende la singularidad de un llamado "modelo catalán de comercio", ha de saber que esa especificidad lleva asociada una mayor inflación. Y que esa mayor inflación tiene un coste económico, en términos de pérdida de competitividad de las exportaciones, y un coste social, en términos de pérdida de bienestar por pagar mayores precios y tener menor empleo. Se trata, también en el terreno de la inflación, de decidir dar prioridad a la política identitaria o a la política social. Veremos qué acaba haciendo el Gobierno.

EL ROTO



LA CRÓNICA

Platos para leer

XAVIER MORET

Lo que está pasando con la cocina en Cataluña es un hecho sorprendente que demuestra hasta qué punto somos un país atípico. Un ejemplo: la revista *Descobrir Cuina*, que acaba de celebrar los tres años de vida, es la más vendida de las publicaciones que se editan en catalán, con una tirada media de 21.146 ejemplares. Nada de revistas de información general, ni de deportes ni de cultura: ¡la cocina al poder! Por otra parte, los libros de cocina también tienen tendencia a encaramarse a los puestos más altos de las listas de *best sellers*. El último gran ejemplo lo tenemos en *Cuina per solters* (La Magrana), del televisivo Ismael Prados, que ya supera los 55.000 ejemplares y lleva 30 semanas sin bajarse de la lista de éxitos. Otro ilustre ejemplo es *Cuinar per ser feliç* (Columna), de Carme Ruscalleda, que ya va por las 10 ediciones. ¿Cuál es la explicación? Bueno, supongo que no hay que ser un lince para deducir que a los catalanes nos va la gastronomía.

Trinitat Gibert, directora de *Descobrir Cuina*, considera que el hecho de que haya varios cocineros catalanes muy destacados —léase Ferran Adrià, Carme Ruscalleda, Santi Santamaria, Sergi Arola, Carles Gaig, Fermí Puig, Carles Abellán, hermanos Roca, etcétera— ha hecho que aumente el interés por el tema, aunque insiste también en la pervivencia de la rica y variada cocina tradicional. "Nosotros somos una revista de gastronomía y no de cocina", señala, "y por eso procuramos informar de los distintos productos y de las posibilidades que tienen. Ahora bien, también damos una serie de

recetas que siempre prueba antes nuestro asesor Josep Nogués para comprobar que no falta ningún ingrediente y que los tiempos de cocción son los correctos. No sea que los lectores se vayan a frustrar".

En el número de *Descobrir Cuina* que ahora está en los quioscos las aceitunas ocupan el lugar de honor de la portada, próximamente lo hará el pan y en un futuro no muy lejano las judías verdes. Vista la variedad del mercado, no hay duda de que quedan productos para unos cuantos años. Por otra parte, la revista publica en cada número unas cuantas recetas de Carme Ruscalleda que pronto saldrán en forma de libro en Salsa Books, la editorial culinaria creada por el Grup 62 para atender la demanda del sector. "A partir de ahora", anuncia Gibert, "en la revista también prestaremos una atención mayor a los vinos y habrá análisis detallados en cada número, tanto de vinos de precio asequible como de vinos caros. La afición al vino está aumentando en Cataluña y queremos reflejarlo en nuestra revista".

Hace años los libros sobre la lengua catalana se vendían como rosquillas. Ahora pasa con los libros de cocina

Juan Luis Miravet, director del Área de Revistas del Grup 62, observa con buenos ojos el éxito de *Descobrir Cuina*, pero se muestra prudente con vistas al futuro. "Creo que la revista ha demostrado ser fiel a un estilo de vida que tiene su público", declara, "y creo que el mercado aceptaría una versión en castellano, pero no hay que precipitarse. Lo estamos estudiando y ya veremos si damos el paso".

No deja de ser significativo que así como hace unos años eran los libros sobre la lengua catalana los que se vendían, de un modo anómalo, como churros, ahora son los de gastronomía. Por lo visto, el Institut d'Estudis Catalans no debe de andar desencaminado cuando se lamenta de que la salud del catalán es bastante precaria. Qué le vamos hacer: dentro de la anomalía, siempre nos quedarán los placeres de la mesa, un lenguaje capaz de traspasar todas las fronteras.

Anik Lapointe, editora de RBA y de La Magrana, está de acuerdo en que los libros de cocina tienen un gran éxito en nuestro

país. "La cocina de autor es lo que vende", señala, "y en nuestra editorial no tenemos sólo el caso de Ismael Prados, sino también el de *les àvies de Sils*, que han vendido más de 15.000 ejemplares de sus recetas. Es un fenómeno curioso, pero hay que tener en cuenta que en otros países también pasa lo mismo. Por ejemplo, los libros del cocinero Jaimie Oliver, que acabamos de publicar en España, son desde hace años en Gran Bretaña un gran éxito de ventas".

Ferran Adrià, por su parte, lleva varios años empeñado en la publicación del catálogo completo de El Bulli, con un éxito sorprendente. Dentro de unos días saldrá el tercer volumen, y el año que viene, el cuarto. El cocinero coronado como el número uno del país, del mundo y de parte del extranjero ve así este auge: "Antes, lo de comer bien era cosa de cuatro iniciados, pero por suerte el panorama ha cambiado radicalmente en los últimos años y la gastronomía llega cada vez a más gente. Es algo que se nota en los restaurantes y en las ventas de los libros de cocina".

Hay que advertir, sin embargo, de que hay cocinas y cocinas. La prueba está en que en *Descobrir Cuina* hay una entrevista con el presidente del FC Barcelona, Joan Laporta, en la que sorprende a los lectores con una receta de lo más moderno: coca-cola con galletas Príncipe. Se trata de ir mojando las galletas en la bebida y, ¡hala!, a vivir que son dos días. No sé si ésta es la fórmula secreta para los éxitos del Barça; pero, en caso afirmativo, habrá que quitarse el sombrero ante tanta audacia.