



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

**EL RESTAURANTE MÁS MEXICANO NO VENDE CHILAQUILES:
MICAELA MAR Y LEÑA,
UNA HISTORIA DE AMOR POR LA COMIDA**

PROTOTIPO PROFESIONAL

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

PRESENTA:

LUIS FERNANDO LOZANO CERVANTES

ASESORA: DRA. FRANCISCA ROBLES



CIUDAD UNIVERSITARIA, AGOSTO DE 2023



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Índice

El periodismo y sus herramientas para la construcción del perfil periodístico.....	4
Los géneros interpretativos y su relación con el periodismo literario.....	5
Periodismo literario.....	6
El perfil como periodismo literario.....	9
¿Qué abarca un perfil periodístico?.....	10
Micaela Mar y Leña.....	12
El restaurante más mexicano no vende chilaquiles: Micaela Mar y Leña, una historia de amor por la comida.....	13
Los muchos orígenes de Micaela Mar y Leña.....	14
Yucatán, punto de encuentro de Alberto y Vidal.....	15
En busca de un nuevo sueño.....	18
Micaela eligió a Mérida y se volvió yucateca.....	21
Micaela S.A.....	22
¿Cómo llegar al corazón de Micaela?.....	24
La innovación en Micaela Mar y Leña.....	26
El lujo como innovación de Micaela.....	31
Honestidad, sencillez y sabor, las claves de la comida de Micaela.....	32
Micaela Mar y Leña, en palabras de su chef.....	38
Micaela y su voz en redes sociales.....	39
La receta de Micaela para superar el Covid-19.....	41
La adaptación de Micaela.....	42
El primer gran reto por el Covid-19.....	44
Micaela se tuvo que volver portátil.....	46
¿Por qué tanta renuencia al envío a domicilio de la comida de Micaela?.....	53
Si los clientes no van al restaurante... Micaela va a tu casa.....	55
La Monchería y los otros negocios de Micaela.....	59
Micaela reabrió sus puertas.....	62
El futuro de Micaela y de sus niños estaba en riesgo.....	65
Los otros parientes de la leyenda de Micaela.....	67
El pulpo, la estrella de Micaela.....	71
La gastronomía de Yucatán y la fiesta de Micaela.....	85
Micaela los superó.....	87

Las fiestas de Micaela.....91

Conclusiones.....102

Referencias.....105

El periodismo y sus herramientas para la construcción del perfil periodístico

El periodismo es una actividad humana que parte de la necesidad de las personas y las sociedades de compartir y difundir información del entorno entre sus miembros. Según Harold Lasswell (Moragas, 1986: 50-69) los medios de comunicación tienen tres finalidades principales, una de ellas es la de vigilar y conocer el entorno en que se habita, la cual se materializa más claramente a través del periodismo.

El periodismo produce las noticias que construyen una parte de la realidad social y que posibilitan a los individuos el conocimiento del mundo al que no pueden acceder de manera directa. El producto de su trabajo multiplica y naturaliza gran parte de los discursos en circulación en las sociedades. Por eso mismo, toda teoría de la noticia se inscribe en una teoría de los medios y en el paradigma mayor de una teoría de la comunicación (Martini, 2000: 15).

Para cumplir con este propósito, el periodismo como forma de comunicación se vale de distintas herramientas, que son los géneros periodísticos. Según Miguel Ángel Bastenier, docente de la Escuela de Periodismo del diario español El País, los géneros periodísticos, más allá de servir como categorías analíticas, permiten “establecer un mapa previo de lo que llamamos realidad, de todo aquello que es posible enfocar a priori como asunto periodístico, con unos determinados objetivos e instrumentos de trabajo, de forma que todos los quehaceres informativos se puedan enfocar desde un ángulo teórico previo” (Bastenier, 2001, p. 31).

Lorenzo Gomis explica que la definición de los géneros periodísticos se basa en la clasificación por la función que cumple una pieza periodística (el objetivo) y no tanto por su contenido (la sección), es decir, si se trata mayormente de información o más bien de comentario por parte de su autor.

En el periodismo como método de interpretación sucesiva de la realidad social corresponde a los géneros periodísticos cumplir distintas funciones para responder también a diversas necesidades sociales y satisfacerlas. La información y el comentario son dos necesidades sociales distintas necesitamos estar informados para saber qué pasa y qué significa cada uno de los hechos en el conjunto de los acontecimientos actuales necesitamos formarnos una opinión de las cosas y comentarlas para saber en qué van a afectarnos y qué podemos hacer para sacar provecho de ellas o hacerles frente eficazmente y evitar el mal que podrían producir. (Gomis, 1991: 44-45).

Los géneros periodísticos se clasifican en tres grandes niveles según su función: informativos, interpretativos y de opinión. En el primer grupo se ubican la nota informativa y la entrevista; en el segundo, la crónica y el reportaje; mientras que en el tercero, se encuentran las columnas, los artículos y las editoriales, entre otros géneros (Santamaría, 1994: 46).

Y si bien cada uno es distinto, los métodos de investigación y verificación de datos para su construcción son relativamente comunes, los cambios se observan tanto en la cantidad de información presentada, el tiempo que se requiere para su construcción, la forma del discurso en que se presenta y hasta el tiempo de vida que tiene la pieza informativa.

Para Gonzalo Martín Vivaldi, la base del periodismo es la información, cuyo género por excelencia es la noticia, a la que también llama nota, parte o información, o como la llama Bastenier, género seco. Se trata, en palabras de Martín Vivaldi, del “relato de un suceso reciente de interés general” (Martín Vivaldi, 389).

Al respecto de la forma del discurso en este género, el autor menciona que la información se presenta de manera escueta, con lo esencial e imprescindible de un hecho para que el lector entienda y se entere de lo ocurrido. Para ello, una nota o información debe responder a seis preguntas que se consideran también la base del ejercicio periodístico y que como veremos más adelante, también son relevantes para la construcción de los otros géneros: qué, quién, cómo, dónde, cuándo y por qué. “Claro está que si la noticia, para ser completa debe responder a estas seis cuestiones, no obstante, se pueden añadir otras más, según los casos” (Martín Vivaldi, p. 391).

Sobre la estructura, el autor detalla que en la nota, el orden de la información comienza por el desenlace, que suele ser lo más importante, y a partir de ahí se desarrolla en una exposición en ritmo descendente que sigue una estructura conocida como pirámide invertida, la cual busca colocar la información más relevante o de mayor peso al inicio y conforme avanza el desarrollo de la información, aumentar los detalles.

Los géneros interpretativos y su relación con el periodismo literario

Bastenier establece en su análisis que a partir del género seco o la nota informativa, donde se busca el mayor grado de despersonalización de la escritura, siguen otros géneros en los que aumenta la presencia del autor en la escritura. Y para ello se refiere en concreto a los géneros interpretativos: la crónica y el reportaje.

Luisa Santamaría Suárez plantea que estos géneros interpretativos o explicativos tienen su origen en la tradición estadounidense, y, citando a Sebastián Bernal y Luis Alberto Chillón, refiere que "esta nueva modalidad periodística tiene sus raíces en la prensa norteamericana y se caracteriza por un conjunto de productos informativos no exactamente definibles como periodismo convencional. Su frontera está en el llamado 'periodismo literario'" (Santamaría, 1994: 48).

En ese sentido, Gomis explica que la noticia, escrita con un estilo puramente informativo que facilita la confianza del público debido a que se fundamenta en la divulgación de datos exactos que son los que interesan en el momento, no satisface todas las necesidades informativas de los lectores dado que estos también quieren ver, sentir y entender las cosas como si hubieran estado en el lugar del suceso, comprender la articulación de diversas series de hechos y circunstancias en que se han producido.

Esta es la función del reportaje. El reportaje representa una doble aproximación: el reportero se acerca al lugar de los hechos, a sus actores, a sus testigos, pregunta, acopia datos, lo relaciona. Después de todo esto, lo acerca al lector u oyente con los recursos de la literatura y la libertad de un texto firmado para que el público vea, sienta y entienda lo que ocurrió, lo que piensan y sienten los protagonistas, testigos o víctimas, y se haga cargo de lo que fue el hecho en su ambiente. Esta función la cumple lo mismo el reportaje literario que el fotográfico o el cinematográfico" (Gomís, 1991: 45).

En este sentido, para este trabajo se tomará en consideración esta distinción en el discurso como una característica relevante de los géneros interpretativos, entre los cuales hay espacio para otros además de la crónica y el reportaje, como el perfil, que también comparte algunas de las cualidades enunciadas por Gomis, entre otras que se desglosarán más adelante.

Periodismo literario

El periodismo literario no se trata propiamente de una distinción o tipo de género periodístico, sino de una forma del discurso que sobre todo se complementa con los géneros interpretativos y que es en ellos donde encuentra mayor espacio.

Kramer (2001: 1) define el periodismo literario como aquel "en el que las artes estilísticas y de construcción narrativa asociadas desde siempre con la literatura de ficción ayudan a atrapar la fugacidad de los acontecimientos". Y agrega:

El periodismo literario contribuye a aclarar la nueva complejidad. Si bien no es un antídoto contra la confusión, por lo menos sí une las experiencias cotidianas, incluyendo las emotivas, con la increíble plenitud de información que puede aplicarse a la experiencia. El periodismo literario aúna la frialdad de

los hechos con sucesos personales, bajo la compañía humana del autor. Y eso ensancha las perspectivas de los lectores, les permite contemplar vidas ajenas que se retratan en contextos mucho más claros que los que podemos ver en nuestra propia vida. El proceso lleva a los lectores, y a los autores, hacia el entendimiento, la compasión y, en el mejor de los casos, hacia la sabiduría" (Kramer, 2001).

En su análisis, Fernando López Pan y Beatriz Gómez Baceiredo, académicos de la Universidad de Navarra plantean cuatro tesis sobre el periodismo literario:

- Se trata de literatura en potencia, en la que "comparecen una cierta intemporalidad y una neta dimensión humana. Se trata en su mayoría de textos de periodismo narrativo".
- Se vale de todos los recursos expresivos al servicio de la literatura.
- Tiene una vinculación significativa con la condición humana. Ello en el sentido de que, así como la literatura, transmite "verdades universales en términos actuales". Además de que se respete la lógica interna del relato sin afectar el apego a los hechos.
- El alcanzar un texto de periodismo literario quedará condicionado a que cumpla con las características mencionadas. (Gómez y López, 2010: 27 y ss.).

Roberto Herrscher (2020) asegura que uno de los primeros aspectos que resalta en los textos de periodismo narrativo es el narrador, el yo que cuenta la historia como la recuerda y desde su punto de vista personal. "Es a mí y no a otro a quien le ocurrió la historia" (Herrscher, 2020: 29). Ello contrasta con la versión del periodismo informativo en que prevalece la versión en que el sujeto narrador desaparece en pos de contar con lo que se llama "objetividad", la que compara con la mirada del científico en un experimento, y que busca ofrecer la garantía de que aquello que se presenta podría ser escrito por cualquier otro periodista.

Otro de los aspectos que destaca Herrscher es la necesidad de comprender al otro a través del periodismo narrativo, con él alcanzar lo que se requiere para dar respuestas sobre cómo entender la diferencia.

Entre las diferencias que separan al periodismo informativo al literario, Herrscher describe "Pasar de las fuentes a los personajes y de las declaraciones a las escenas casi teatrales donde la gente se cuenta cosas" (Herrscher, 2020: 32). Esto además, insiste, humaniza más, a la persona que dejamos de usar como "mera fábrica de declaraciones" (íd.).

En este caso, Juan José de Hoyos (2003) considera que el periodismo literario utiliza el recurso de “escenificación” para recrear los sucesos a través de descripciones y con ellos transmitir al lector lo ocurrido casi como si estuviera pasando nuevamente.

Cada hecho es mostrado de forma detallada al lector, como si estuviera sucediendo delante de sus ojos. Este procedimiento se conoce con el nombre de escenificación, o narración escena por escena: un método en el que el narrador parece desaparecer, para dejarnos en frente de los hechos, como si estuviéramos presenciando una obra de teatro o viendo una película. Es, pues, un método narrativo de origen teatral" (De Hoyos, 2003: 24, 25).

Estas son las nueve características según De Hoyos distinguen en los estilos del periodismo:

	Estilo informativo	Estilo narrativo
Orden cronológico	No sigue el orden cronológico de lo ocurrido. Presenta lo más importante al inicio, jerarquiza	Cuenta los sucesos uno tras otro. En ocasiones trata de recrearlos en el orden en que pasaron
Tensión	Concentra lo más relevante en los primeros párrafos, por lo que no genera tensión, esta decrece conforme avanza el texto	Dosifica la información a lo largo del texto, lo que construye varios clímax en la narración
Detalles	Elimina los que el periodista considera superfluos y sólo deja los más importantes y esenciales	Trata de presentar la mayor cantidad de detalles que sean “significativos y simbólicos”
Personajes	Sólo nombra a personas sin describir más allá de algunas referencias como su edad, ocupación	Intenta transmitir el carácter de las personas mediante referencias a sus acciones, comportamientos, rasgos físicos y espirituales
Tiempo	Es un dato adicional para ubicar lo ocurrido	Se vuelve un elemento siempre presente que funciona como “soporte” del relato

Espacio	Se presenta generalmente de forma resumida y muchas veces como referencia de la ciudad o localidad donde ocurren los sucesos	Se describe detalle a detalle el lugar donde ocurre lo narrado. Además se describe el ambiente de lo que se vive en el lugar
Diálogos	Suele utilizar sólo fragmentos a manera de citas generalmente presentadas sin su contexto	Los recrea y reproduce incluso con interjecciones, y hasta con expresiones de emociones para presentar al personaje
Escenas	Las omite y suelen presentarse sólo algunas características en los resúmenes	Busca recrear los sucesos para que el lector pueda sentirse como un testigo presencial
Punto de vista	Es único e impersonal	El narrador explora distintas voces y perspectivas para presentar lo ocurrido. Puede convertirse incluso en un personaje más
Contexto	Suele resumirse o hasta suprimirse	Se preocupa por el pasado y los antecedentes de los sucesos para dar mayores referencias de los personajes

El perfil como periodismo literario

Herrscher esboza una definición del perfil periodístico por oposición a la biografía y en ella describe algunas de las cualidades que lo separan de ese género más bien histórico. Para ello ejemplifica con la vida del astronauta estadounidense Neil Armstrong, el primero en pisar la luna en la misión del Apolo XIII en 1969.

En una biografía puede que lo que pasó desde que (Armstrong) fue elegido para liderar esa misión hasta que volvió a la Tierra sea uno de diez o doce capítulos. El primero trazaré la historia de su familia, el segundo lo seguirá en su infancia, en el tercero entrará a servir en las Fuerzas Armadas..." (Herrscher, 2020: 184).

En contraste, explica la estructura del perfil periodístico con un contraste tanto en el punto de partida del texto como de las voces que participan en su construcción:

Normalmente vamos directos al momento clave, el momento definitorio. De ahí nos movemos para atrás y para delante, buscando responder a las preguntas que los lectores se hacen sobre el personaje. Y no buscamos siempre llegar a «la verdad». La riqueza del perfil hace que muchas veces escuchemos diferentes voces que cuentan la misma historia de manera distinta, e inclusive que se contradicen abiertamente. El hecho de que suscite esa disparidad de historias y opiniones enriquece. En la biografía sería una confusión. El biógrafo tiene que terminar determinando si el tipo era bueno o malo. En un buen perfil podemos terminar con la idea de que era las dos cosas, o ninguna" (íd.).

"¿Y qué son entonces los perfiles?", pregunta el autor a manera de conclusión.

De todas las secciones donde los encuentro, al final llego a la conclusión de que la más pertinente es la de «Libros Útiles». A mí al menos los de Gay Talese, Joseph Mitchell, Tomás Eloy Martínez y ahora David Remnick me han resultado la mar de útiles para conocer a un grupo de personajes fascinantes, para conocer el mundo en el que tuvieron sentido, para conocer el mundo y —tal vez el objetivo último de los grandes perfiles— para conocerme a mí mismo". (Herrscher, 2020: 186)

Aquí vale la pena resaltar algunos de los elementos que menciona Herrscher. El primero de ellos es el carácter utilitario para conocer tanto a los personajes y el mundo en el que se desarrollaron, es decir, se trata de textos históricos que dan contexto y referencias de lo que ocurría en un momento y que desentrañan las condiciones en que ocurrieron ciertos fenómenos, se trata de un ejercicio de comprensión tanto de las circunstancias como de los resultados, una forma de crear empatía con los otros, de relación con la alteridad.

Pero su último elemento es quizás el más relevante. Se trata de “conocer el mundo y... para conocerme a mí mismo”. Esta frase es quizás la que tiende el puente entre periodismo y literatura, en el entendido de que es precisamente eso, como mencionan López y Gómez, estas piezas de periodismo literario destacan por su cercanía con la condición humana y por su intemporalidad debido a la trascendencia de lo que plantean, a que aunque se lean inmediatamente después de su escritura o varios años después, el mensaje que transmiten prevalece y se mantiene relativamente constante pero también comprensible.

¿Qué abarca un perfil periodístico?

La periodista y novelista Helen Benedict, profesora de la Universidad de Columbia, explica que el perfil periodístico es uno de los géneros más subjetivos de esta actividad, pues "son retratos de seres humanos y los seres humanos pueden entender a cualquier otro sólo a través del filtro de sus propias percepciones" (1991: 1).

"En cierto sentido, los escritores de perfiles son como críticos, sólo que en vez de reseñar obras de teatro o películas, ellos reseñan personas. Ese es el poder mucho más directo e íntimo que la mayoría de los periodistas suelen tener", advierte la autora (íd.).

En esta explicación, la docente también resalta la subjetividad más que como una posibilidad, como un elemento inherente al periodismo, pues para explicar este género en particular, antepone las percepciones del autor como parte del eje para la construcción del perfil.

Para Benedict, un perfil no puede construirse con la transcripción de pregunta y respuesta de una entrevista con el personaje a perfilar, sino que requiere de más elementos:

- Varias entrevistas (cuestionarios pero también encuentros) con el sujeto
- Historia de vida del sujeto
- Descripción de las personas cercanas al sujeto, su hogar o lugar de trabajo
- Entrevistas con fuentes cercanas al sujeto, como su familia, amigos, colegas, empleados o compañeros de viaje
- Entrevistas con críticos o enemigos
- Un tema: Puede ser un elemento significativo dentro del sujeto o un punto de mayor valor simbólico

Este último factor resulta importante pues al final se convierte en la guía o el eje que orienta la construcción del perfil, el concepto capaz de englobar la idea de lo que se quiere contar de él.

Para la selección del sujeto, abunda Benedict, se toman en cuenta distintos elementos subjetivos que sirven para justificar su relevancia periodística, como la fama, los logros, la dramatización (el sujeto puede representar un tema mayor), estilos de vida inusuales o su relevancia como símbolo. En el mismo sentido, Herrscher establece las siguientes condiciones para elegir a un personaje sobre el cual escribir un perfil:

¿Quiénes son, entonces, perfilables? En primer lugar, los que tienen una historia que puede presentarse en un arco narrativo lógico, interesante y representativo de un tema de interés periodístico. Como dije al principio de este capítulo, «una historia» no significa «una vida». Esa es la diferencia entre perfil y biografía. Pero «tener una historia» tampoco significa necesariamente «tener una historia que contar». Esa es la diferencia entre el perfil y la entrevista. Muchos excelentes entrevistados «con» o «contra» tienen maravillosas historias que contar, pero las historias no son sobre sí mismos. Son mejores entrevistados que perfilados. Debe tener una buena historia, entonces. Una historia que tenga comienzo,

desarrollo y final. Lo que los estadounidenses llaman un life narrative, la narración de una vida. Una vida —o un segmento de esa vida— de la que saquemos alguna conclusión, enseñanza o provecho. Y de alguna forma debemos encontrarnos con los ingredientes para poder contarla. De un vivo usualmente esperamos colaboración. El perfil no será exactamente lo que el perfilado esperaba, pero si le pedimos su colaboración y hasta participación, es porque de alguna forma tendremos en cuenta lo que nos dice, lo que piensa de sí mismo, lo que ha llegado a concluir de su propio trayecto vital (2020: 187-188).

Micaela Mar y Leña

Para este trabajo se eligió el restaurante Micaela Mar y Leña como sujeto a perfilar por tratarse de uno de los negocios que se posicionó en la escena gastronómica yucateca como un referente por la diversidad de su oferta respecto de la gastronomía estatal, a la par que en su primer año de apertura recibió un reconocimiento como el favorito de los lectores en el concurso MexBest 2019 de la revista Quién, lo que le dio fama a nivel nacional, lo que se ajusta con los requisitos planteados por Benedict y Herrscher para elegir un sujeto a perfilar.

Aunado a ello, se trata de un negocio cuya cocina no se adecua al modelo de la gastronomía yucateca, por un lado, mientras que constantemente ofrece a sus clientes eventos especiales como clases, catas y degustaciones, lo que se separa de lo que solía hacerse en la entidad.

Un tercer elemento para considerar a este negocio es que se trató de un caso de éxito entre los restaurantes que operaron durante la pandemia de COVID-19, durante la cual hubo cierre de establecimientos, por lo que muchos de ellos tuvieron que adaptarse a la nueva dinámica de servicio, que comenzó con el envío a domicilio y siguió con el servicio con aforo y horarios restringidos y con limitación en la venta de bebidas alcohólicas.

De este modo, el restaurante Micaela Mar y Leña como personaje cumple con las tres características mencionadas para considerarle como un sujeto perfilable con relevancia periodística. A ello se suma que el negocio en sí mismo cuenta con una historia propia con “un arco narrativo lógico, interesante y representativo de un tema de interés periodístico”. En este caso, abarca desde el origen de un negocio entre socios hasta la forma en que superaron una crisis como la contingencia sanitaria por el COVID-19, que frenó varias actividades económicas entre 2020 y 2021 y que causó el cierre de al menos 1.6 millones de negocios en todo el país.

**El restaurante más mexicano no vende chilaquiles:
Micaela Mar y Leña, una historia de amor por la
comida**

Los muchos orígenes de Micaela Mar y Leña

Un pulpo atravesado por un cuchillo y con un tono rojizo con manchas negras tras su paso por las brasas se volvió el estandarte del restaurante Micaela Mar y Leña, que en 2022 fue reconocido por la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (Canirac) como ejemplar de la comida mexicana, algo así como “el restaurante más mexicano”, según Alberto Nacif, uno de sus propietarios. Ello pese a que en México la comida marina no es la más popular y el pulpo está lejos de ser el producto marino más consumido: según datos de la Comisión Nacional de Acuicultura y Pesca (Conapesca), seis de cada diez mexicanos consumen pulpo menos de una vez al mes.

El cuerpo inerte del animal de ocho extremidades llega a la mesa del restaurante en forma de flor, montado sobre una tabla de madera y rodeado de colores verdes y marrones. El sabor sutil de la carne con reminiscencias a lo salado del mar se vuelve más dulce y con notas de tierra gracias al puré de camote y la tersa de cebolla (un preparado con cilantro y aderezo), los complementos que acompañan al platillo estelar de Micaela y que se conjugan de maravilla con el toque amargo que da la leña. Ese platillo protagonizado por el molusco más misterioso del planeta suscitó en cosa de meses el amor de los comensales y lo convirtió en el favorito de Micaela Mar y Leña, el sueño de dos amigos que, como suelen surgir las buenas historias, comenzó con un viaje.

Después de más de un año trabajando en Houston en un restaurante de pescados y con miras a quedarse en Estados Unidos por un largo rato, dos amigos mexicanos soñaron con iniciar su propio negocio al norte del río Bravo. La idea era darle de comer a los paisanos lo que tanto extrañan cuando viven al otro lado de la frontera: la sazón que les recordara a su tierra y a los suyos.

Todo aquel que haya estado en Estados Unidos y probado lo que ellos llaman “comida mexicana” sabe que no se trata de una clasificación de origen, sino de una mentira disfrazada de buenas intenciones: los frijoles son dulces, las salsas no pican, la carne suele estar simple y las tortillas se intercambian por su primo hermano, los nachos. Hasta la cebolla sabe diferente, con un aroma y un sabor más débiles, como si la latitud más al norte hiciera que las temperaturas fueran más extremas, pero suavizara la intensidad de los sabores.

Justo combatir eso era el sueño de Vidal y Alberto en el gabacho: abrir un restaurante para los paisanos que fuera capaz de devolverles todo lo que la distancia les había quitado, como el sabor

picosito de las salsas molcajeteadas o las tortillas hechas a mano con maíz esponjoso que no parece cartoncillo como las del supermercado.

El proyecto apuntaba a un restaurante con la oferta de cazuelas con guisados de distinto tipo, incluso con la opción para variar a lo largo de la semana, en paquetes que se armaran a la medida del gusto y paladar del comensal, y hasta con la opción chilanga de montarlo todo sobre un bolillo.

—Originalmente íbamos a abrir un restaurante de cazuelas en Houston — recuerda Vidal—. La idea era hacer un tipo Subway mexicano: escoges tu tortilla o torta, luego el guiso, el montado, pagas tu refresco, pasas a la caja y jalas. Pero hacer el guiso para el que extraña allá el sazón real mexicano. De hecho no iba a estar en Houston; iba a estar en Woodlands (un suburbio a poco más de media hora de la ciudad texana) —cuenta el chef y uno de los dueños de este sueño pasajero.

En sus viajes cotidianos de la casa al trabajo y viceversa, Alberto y Vidal afinaron poco a poco la idea. La ambición era mucha y las oportunidades, aún más. Hasta el día que les cambiaría el panorama. El 8 de noviembre de 2016, Estados Unidos elegiría a su presidente número 45, y la disputa estaba entre la demócrata Hillary Clinton y el republicano y abiertamente antimexicano Donald Trump. Esa noche, contra todo pronóstico, el empresario multimillonario que prometió, entre otras cosas, levantar un muro en la frontera con México y frenar el ingreso de migrantes desde la frontera sur de su país, ganó una disputada elección incluso a pesar de tener menos votos que su contrincante. Esa votación marcó un hito en la historia de la democracia estadounidense por lo sorprendente del resultado; pero para este par de amigos en particular fue la señal de que había que frenar su plan.

—A los dos meses de que habíamos decidido (abrir el restaurante), gana Trump, que es algo que no nos esperábamos —rememora Vidal—. Nadie se esperaba que ganara ese güey. Entonces dijimos ‘si vamos a invertir lo mucho o poco que tenemos, no es el momento de arriesgar de este lado; vamos de regreso a la tierra’ —dice con un dejo de frustración por la irrupción inesperada de un enemigo al que no querían enfrentar: el futuro presidente de Estados Unidos.

Ninguno de los dos lo sabía, pero en ese momento, en parte por la necesidad de refugiarse en un lugar seguro, y en parte por buscar un espacio propicio para comenzar un negocio, sería el momento que marcaría el nacimiento de Micaela Mar y Leña.

Yucatán, punto de encuentro de Alberto y Vidal

Los dos amigos, el sommelier Alberto Nacif y el chef Vidal Elías, se conocieron unos seis o siete años antes de su aventura por Estados Unidos, por ahí de 2009. Vidal Julián Elías Murillo, nacido en la

Ciudad de México pero crecido en Comalcalco, Tabasco, ‘Comal’ como él le llama, había regresado en 2007 a México luego de una larga travesía por una quincena de países europeos trabajando como lavaplatos, mesero, pinche o de lo que se pudiera en restaurantes del mejor nivel. Entonces le ofrecieron abrir la rama de servicio en la carrera de Gastronomía en la Universidad del Valle de México (UVM) en una de las localidades donde esa escuela acababa de abrir nuevos planteles: Torreón, Coahuila y Villahermosa, Tabasco.

—¿Por qué elegiste Torreón?

—Me ofrecieron una buena chamba con una buena paga. Yo estaba regresando a México, me dijeron que estaba Villahermosa o Torreón. ¿A qué voy a Villahermosa? Conozco Villahermosa, no conozco Torreón. Prefiero ir a un lugar que no conozca —cuenta Vidal.

El chef vivió en Villahermosa en su adolescencia. Cuando salió de casa de su familia en Comalcalco a los 14 años, se fue a vivir solo y trabajar a la capital de Tabasco en un restaurante donde empezó su trayectoria laboral en la cocina; pasó de cocinero a gerente y chef de un negocio de comida italiana, lo que después lo llevaría a viajar por el mundo, a servir a la realeza de Mónaco, pasar meses de viaje por Europa, según sus propias palabras como *homeless*, y volver a México en busca de una nueva aventura. Al año siguiente de su vuelta a México, le ofrecieron una nueva oportunidad de moverse a un lugar entonces para él desconocido: Mérida, Yucatán.

La historia de Alberto es mucho menos itinerante; pero la diferencia basta para entender cómo fue que volvió el complemento perfecto de Vidal. Luego de estudiar la licenciatura en Administración de Empresas Turísticas en el Tecnológico de Oaxaca, cerca de su natal Reforma de Pineda, Juan Alberto Nacif Figueroa, el nombre completo del sommelier, se enfrentó a la disyuntiva de quedarse en casa con su novia de la adolescencia, Bárbara, o salir del pueblo en busca de un camino nuevo que lo ayudara a crecer profesionalmente. El ímpetu le ganó y decidió ir a aplicar lo que sabía a la zona de mayor actividad turística de México: el Caribe mexicano. Entonces viajó a Playa del Carmen, Quintana Roo, a probar suerte a más de mil kilómetros de su lugar de origen, donde hizo de todo: trabajó en hoteles y restaurantes mientras aprendía todos los secretos de la industria sin chimeneas, que sólo se conoce en la práctica y, como casi cualquier actividad, desde las entrañas y desde abajo.

Al cabo de un tiempo, Alberto retomó contacto con Barbie, quien le avisó que se encontraba en Mérida tras un cambio de trabajo de su papá. Entonces, el joven sommelier vio la oportunidad de retomar esa relación y dejó su trabajo en Playa del Carmen para mudarse a Yucatán. Ahí encontró una plaza en los restaurantes de Grupo Trotter’s, del empresario yucateco Paul Trotter, donde a la postre se

convirtió en gerente, puesto que ocupaba cuando conoció a Vidal. Según recuerda el chef, fue hacia 2009 cuando ambos se conocieron en una reunión convocados por un par de amigos en común.

—Recién llegando a Mérida, conocí a Alberto. Me lo presentó, si no recuerdo mal, Elliot Díaz, el de los vinos Elliot y Karina —cuenta el chef.

Según él, fue el amor al mezcal, la bebida típica de Oaxaca, el factor que los unió casi de inmediato.

—A mí me gusta el mezcal de toda la vida, desde antes que estuviera de moda. Y él, siendo oaxaqueño, pues igual. Y empezamos a platicar del mezcal. Cuando a mí me gustaba el mezcal, era naco tomarlo. De ahí surgió la amistad. Y de ahí pa'l Real —agrega Vidal.

Aunque Nacif revela un segundo punto en común que nada tiene que ver con la bebida y que refuerza la idea de que estaban condenados a llevarse bien:

—Él tiene un sentido del humor bastante negro; coincide con el mío —asegura el sommelier.

Esa amistad de poco más de cuatro años se vio interrumpida por el regreso de Vidal a 'Comal' en 2014, pero la fuerza de ese vínculo bastó para que el sommelier decidiera emprender la aventura hacia el extranjero con el chef, impulsado por el voto de confianza de su itinerante amigo, a quien estaba dispuesto a acompañar.

La travesía en Estados Unidos comenzó en 2015, cuando Mirna, una amiga de Vidal en común con el dueño del restaurante La Fishería, el chef Aquiles Chávez, lo invitó a trabajar en ese lugar como gerente. Pero al presentar su currículum, le sugirió tomar el puesto de chef ejecutivo.

—¿No conoces a alguien que pueda ser gerente? —le preguntó Mirna a Vidal.

El chef tabasqueño tenía muy clara la respuesta: su amigo oaxaqueño, amante del mezcal como él y con experiencia como gerente de restaurantes en Mérida.

—Nosotros nunca habíamos trabajado juntos, nada más nos llevábamos bien. Y ahí en La Fishería fue que empezamos —recuerda el tabasqueño.

—¿Te costó convencerlo de irse a Houston?

—Sí. Es que él estaba muy cómodo, era el director general de Trotter's, tenía siete restaurantes a su cargo, tenía todo el pedo. Jugaba tenis en las mañanas. El güey estaba muy tranquilo. Pero le toqué la fibra de que no era para él, que era para sus hijos —cuenta Vidal antes de soltar su risa

perversa como para celebrar que asestó un golpe preciso—. Su tercer hijo nació allá. Y ya, así fue como llegó.

Aunque no sólo fue difícil para Alberto. Al final de todo, Vidal también admite que tuvo que arriesgar mucho por esa aventura que serviría para el inicio de Micaela.

—Al principio veía, pensaba y todo. No estaba fácil dejarlo todo... —recuerda.

En busca de un nuevo sueño

Así como empezó su aventura por impulso, el final llegó por la premura de esquivar los posibles embates de un gobierno del que no se sabía mucho, pero se esperaba lo peor. Una vez que aceptaron que el sueño del “Subway mexicano” se había terminado, comenzó el momento de buscar un nuevo concepto para su restaurante y un destino distinto y seguro. Y aunque volver a México pasó de ser una opción a casi la única salida, faltaba un proyecto claro.

Para principios de 2017, no sólo la visa de trabajo de ambos estaba por vencer, sino que también muchos de sus trabajadores estaban en vilo por su situación migratoria, no en todos los casos regular, amenazados por las medidas antiinmigrantes del recién iniciado gobierno de Donald Trump, que intensificó la deportación de personas que hubieran entrado a ese país sin la documentación correspondiente.

De inicio no hubo una opción clara, por lo que ambos amigos decidieron emprender un viaje por distintas ciudades de México y Estados Unidos para tomar inspiración e ideas de cara a su nuevo proyecto. El recorrido pasó por localidades como Nueva Orleans, y destinos en México como Oaxaca y Tabasco, de donde son oriundos los dos amigos, y la Ciudad de México. Vidal cuenta que en su recorrido por las calles de la capital, decidieron entrar a una librería de viejo a comprar algunos volúmenes que sirvieran de decoración para su nuevo negocio, aún sin saber cuál sería.

—Cuando llegamos al hotel, empecé a hojear los libros y me encontré esta historia. Había una carta y una foto que decía: “Mi niña me enseñó a escribir y me pide que cuente mi vida, pero cómo describir el olor del mar, la textura de la leña al fuego...” —narra el chef con tono de revelación sobre su viaje—. Era un diario, un libro viejo, pero cuando yo leo ese párrafo le digo a Alberto: “¿sabes qué, *brother*? Aquí es. Esto es lo que estábamos buscando”.

La primera vez que Vidal cuenta la historia de Micaela lo hace como si fuera una anécdota personal y da detalles emocionales como quien habla de algo que le pasó apenas la semana pasada. Pero esta se ambienta a mediados del siglo XIX. Según la versión del chef, en 1811 se suscitó un

levantamiento masivo de esclavos en el sureste de Estados Unidos. Un centenar de trabajadores de las plantaciones de caña de azúcar de esa entidad, entonces bajo control de inmigrantes alemanes, marchó una treintena de kilómetros desde la actual ciudad de LaPlace a Nueva Orleans, que entonces era la capital de Lousiana, y en su camino quemó algunos plantíos a manera de protesta. Del grupo, que según el chef eran 125 personas, prácticamente todos fueron asesinados, a excepción de dos. Uno, señala la historia del chef, fue un afroamericano de nombre Solomon Toussa.

—Dos o tres años después, aparece en Veracruz un Salomón Tusa, igual de raza negra, que no habla bien español. Entonces, en cocina decimos que si camina como pato y le hace como pato, es un pato. Para nosotros es la misma persona que se escapa. Aparece entonces esta persona en México, se enamora, se casa, tiene nueve hijos e hijas, y la menor, nacida en los 40 o 50 del siglo XIX, se llama Micaela —dice Vidal una tarde cálida de agosto de 2019.

Según hace memoria el chef, tras el fallecimiento del padre de Micaela, cuando la hija menor tenía apenas unos 13 o 14 años, su madre intenta casarla con una persona que no conocía la joven, lo que la atemoriza. Entonces, la aún adolescente toma todo lo que puede, abandona el puerto y escapa en el ferrocarril que la lleva a la Ciudad de México. Una vez ahí, busca el próximo tren y lo aborda sin conocer el rumbo, sólo en busca de escapar.

En las memorias que el chef cuenta que encontró, Micaela relata que pasó por la ciudad de Oaxaca, donde pudo observar la alegría de la festividad de las calendas, una fiesta en que la gente toma las calles como si fuera un desfile y en la que se ofrece comida y bebida, se acompañan de música y se lanzan cohetes para llamar a más asistentes a incorporarse. Mientras que el ferrocarril siguió su camino y la dejó cerca de un pueblo llamado Comal de Pineda, afirma Vidal.

Una vez ahí, Micaela caminó hasta llegar al mercado de esa localidad. Pasó algunas horas deambulando por ahí hasta que una mujer se acercó a ella, cuenta el chef. Se trataba de doña Lorenza, quien entonces estaba a punto de ser madre y vio en esa joven el potencial de alguien quien pudiera ayudarla en sus tareas diarias.

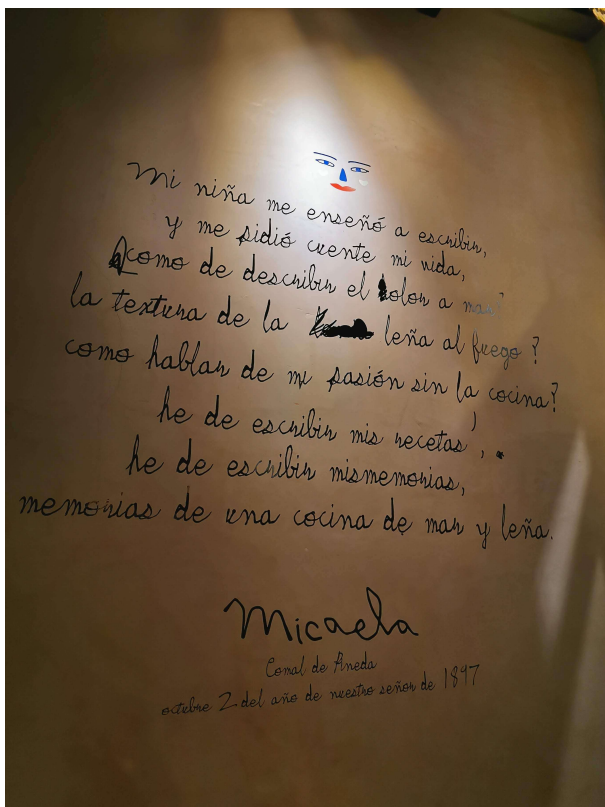
—Doña Lorenza es esposa de don Anselmo, estaba embarazada de su primera hija. Ve a Micaela, una niñita negrita, curiosa, que se encuentra, y le dice “¿Sabes qué?, vente a la casa, ayúdame”. La jala como ayudante de servicio, como cocinera y va evolucionando hasta que se vuelve la nana de todas sus hijas. Lorenza tiene cuatro hijas: Tomasa, Rufina, Ofelia y Marión, la menor. Esta es una mujer muy culta, por lo que pudimos encontrar (al investigar la historia con la ayuda de su esposa, Gabriela Torres). Viajaba mucho, viajó por Europa. Entonces, cuando ella, ya de grande regresa a su

casa, le enseña a escribir a Micaela y le pide que escriba sus recetas y sus memorias. Ese es el libro que encontramos —dice Vidal.

En la historia de Micaela también hay un lado secreto. Ambientada en el siglo XIX, la leyenda contempla el cuidado de las cuatro niñas, así como la crianza de un quinto vástago de don Anselmo: Bartolomé, cuya madre era su amante y acababa de fallecer.

—Don Anselmo un día llega con doña Lorenza y con un niño en la mano y dice: “Este es mi hijo. Críamelo”. Doña Lorenza, que tenía muchos pantalones, se voltea y le dice: “Pues no. Ese niño no entra en esta casa”. Y Micaela, que tiene el corazón del tamaño del mundo por lo que pudimos ver en todas sus historias, se voltea y les dice: “No lo dejen en la calle. Pobre niño”. Y cría a Bartolomé como si fuera suyo. Era un secreto a voces —comenta Vidal—. Y entonces, a partir de ese libro y de la historia fue que empecé a crear el menú y creamos el concepto —concluye el chef en referencia a sus socios y a Gaby, quien además de haber sido su alumna de Gastronomía, también estudió Arqueología, por lo que su fuerte es rastrear pistas del pasado. Razón por la que el chef le pidió que investigara la historia de esa misteriosa carta que encontró en el tomo comprado en una librería de viejo.

La carta, escrita con una trémula letra cursiva, está reproducida a la entrada del restaurante, fechada el 2 de octubre de 1897, y reza casi textualmente como la recuerda Vidal:



Mi niña me enseñó a escribir,
 y me pidió cuente mi vida,
 ¿como de describir el holor a mar?
 la textura de la leña al fuego?
 como hablar de mi pasión sin la cocina?
 he de escribir mis recetas,
 he de escribir mis memorias,
 memorias de una cocina de mar y leña.

Luego de revivir esta historia, Vidal aclara que si bien el menú se inspiró en el libro de Micaela, no se podía tomar alguna de las recetas escritas en él al pie de la letra, pues en las instrucciones que escribió la nana se encuentran referencias como “dos centavos de cilantro”, o “amasa la masa el tiempo que tarda el fogón en estar sazón”.

—¿Masa de qué: masa de harina, masa de pan, masa de maíz? El fogón, ¿de qué estaba hecho? ¿Qué es sazón? ¿Es brasa, es fuego, es ceniza, es rescoldo? —cuestiona el chef retóricamente—. Lo que hicimos fue tomar inspiración un poquito de lo que presenta ella, de su forma de cocinar y la idea de cocina del restaurante es grande, al centro, para compartir.

Una constante presente en los proyectos de Vidal que se manifestó en su restaurante de comida italiana en “Comal”, Tavola, y se repitió en Micaela es la de hacer platos para compartir, y que la comida sea un motivo de convivencia más que un acto individual de consumo, que te haga sentir en casa. Por ello, dijo en una entrevista para el medio local *El Chompipe* en 2015, eligió entonces el concepto italiano.

—La cocina italiana tiene esa particularidad de que es una comida muy fácil de llegar a la gente, de compartir, de sentarse y poner al centro bastantes platillos y puedes probar de todo. (...) Aparte de la abundancia, es una comida muy comfortable, ese es el término perfecto, es como comida casera, rica, con pastas, con porciones abundantes, sabores muy fáciles para nosotros.

Micaela eligió a Mérida y se volvió yucateca

Para elegir el lugar para volver a México, lo que pasó de ser una discusión por analizar cuál de las tres mayores ciudades del país convendría para alojar su restaurante a una revelación casi epifánica de una verdad que siempre, siempre estuvo ante sus ojos. En una plática en 2019 en el salón de corazones de Micaela, el chef apunta que la apuesta fue directa por Mérida.

—Tanto Alberto como yo tenemos casa acá, conocíamos el mercado, el movimiento, los proveedores nos conocían; estaba mucho más facilito regresar a Mérida que irse a cualquier parte del país— dijo esa primera vez.

Sin embargo, Nacif reconoce que se evaluaron varias ciudades del país, principalmente Monterrey y Guadalajara, y hasta la Ciudad de México. Hasta que, como una epifanía o quizás más bien como un tropiezo con una obviedad, se resolvió por la capital yucateca por resultar lo más conveniente en muchos aspectos.

—Mérida salía como la ciudad con mejor crecimiento de todo el país, con mayor estabilidad social y con mayores índices de seguridad, y siempre aparecía entre las tres ciudades del país para invertir, por un lado —relata el sommelier, con la seguridad de quien sabe que el tiempo le concedió la razón al momento de elegir—. Por otro lado, Vidal y yo ya habíamos vivido acá y ambos teníamos casa acá, entonces de pronto se volvió al revés, porque fue: “¿por qué no lo habíamos considerado?” —dice como en reproche hacia sí mismo—. Estábamos viendo Monterrey. Ya cuando lo ves en retroceso dices: “Güey, pues qué pendejos. Pues sí, era ahí, ¿qué queríamos ir a hacer a Monterrey o a Guadalajara?”. Sin tener un cimiento, sin tener un nombre, a construir desde cero, donde no conocemos proveedores, donde no conocemos a nadie, habría sido un gran error —agrega.

De manera casi accidental, Micaela tuvo un nuevo destino en su aventura, y era Yucatán.

Micaela S.A.

El restaurante de Micaela Mar y Leña tuvo un inicio tan incierto como el hallazgo de la historia que le dio origen. La empresa homónima se creó el 18 de julio de 2017, según el Registro Público de Comercio, y cuenta con tres socios: Vidal Elías y Alberto Nacif a partes iguales se reparten el 48% de las acciones, mientras que Paris González, el inversionista mayoritario a quien conocieron en su aventura en Houston, a través de una de sus empresas, es titular del 52% restante. Después de varias peticiones, Paris prefirió no hablar para este trabajo, según Nacif.

Aunque la empresa se inscribió oficialmente hasta el 18 de septiembre de 2017, fue a principios de octubre de 2018, en el marco de una feria del mezcal de la empresa especializada en venta de licores La Europea, cuando comenzó operaciones oficialmente. Los dueños decidieron organizar esa tarde un festín para unas 150 personas. Pero no se trataba de clientela normal, sino de personas especializadas en turismo: dueños y gerentes de hoteles, bares y, sobre todo, restaurantes de Mérida.

—Abrimos y aquí tenía a toda mi competencia en el primer día —presume el chef, consciente de que ese evento, el primero de más de una veintena que se organizaron en el restaurante hasta antes de la pandemia en marzo de 2020, fue el banderazo de salida para una aventura que sobrevivió a pesar de la crisis causada por el Covid-19.

Para darle más dramatismo, Vidal asegura que apenas un par de días antes recibieron la licencia para operar, luego de insistir a las autoridades municipales que se les concediera el trámite para dejar funcionar el negocio. Si bien el papeleo ya llevaba más de un año, una de las cosas que más retrasó la autorización fueron los permisos para restaurar el inmueble donde se aloja el restaurante,

dado que se trata de una casona antigua dentro del perímetro del Centro Histórico de Mérida, considerado patrimonio por el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH).

El restaurante se ubica en la esquina de las calles 47 y 52 en el centro de Mérida, en el perímetro A, el principal y de mayor tamaño de los cinco polígonos establecidos por el INAH para la protección de inmuebles en esa ciudad. Por decreto presidencial de 1982, el entonces presidente de México, José López Portillo, declaró patrimonio cultural inicialmente una zona de 8,795 kilómetros cuadrados en el centro de la capital yucateca con 3,906 edificios de valor histórico, de los cuales 21 se destinaron a algún culto religioso, 47 más a autoridades civiles y militares, servicios educativos y asistenciales.

Los restantes 3,838 inmuebles considerados monumentos históricos estaban entonces en manos de particulares. Y si bien el edificio marcado con el 458 de la calle 47, donde se estableció Micaela Mar y Leña, no aparece en esa lista, el decreto establece que cualquier construcción o restauración en ese perímetro con forma de dos rectángulos entrecruzados perpendicularmente que semeja a una cabeza con un penacho, requiere de solicitar autorización ante el INAH.

El chef cuenta que ante el consejo de funcionarios que definirían la autorización de la obra, él y su socio, Alberto, presentaron el proyecto junto con el arquitecto Xavier Salas, quien consideró algo inusual la presencia de los propietarios del negocio para exponer lo que se haría en la zona, pero igual aceptó que lo acompañaran. Vidal afirma que ante ese colegio de especialistas, lejos de empezar por las obras para adecuar el inmueble, la presentación comenzó con la historia de Micaela que le cuenta a los comensales: un esclavo afrodescendiente que escapó, un inmigrante en México, una adolescente que huyó del matrimonio forzado, un viaje en ferrocarril, un pueblo en Oaxaca, la magia. Y ya con el público embelesado, entonces sí, el arquitecto Salas expuso las modificaciones que había que hacer: remodelar la base y reparar los cimientos de las paredes (que entonces casi, casi estaban flotando, aseguran los dueños de Micaela), reconstruirlas y ajustarlas, instalar nuevos techos y remendar los muros exteriores.

—La idea enamoró a los expertos —dice Nacif—. Una negativa en esto retrasa hasta tres años la operación. Queríamos poner cinco puertas en la pared de la calle 52 (la calle que pasa perpendicular a la entrada principal al restaurante). Fue lo único que no nos aceptaron —presume—. ¡Y qué bueno que no nos dejaron! —remata con una mueca de horror por su idea original. Al final, por esa calle sólo quedaron tres puertas hacia la calle, lo que a juicio del sommelier, le dan mucho mejor vista.

Luego, llegó la petición de la licencia de funcionamiento municipal, que en ese momento costaba unos 26,195 pesos, y la cual tuvieron que rogar para que se les entregara. Literalmente. Cuenta el chef que el trámite y el restaurante estaban listos para operar desde mediados de 2018, pero en el ayuntamiento no había dado respuesta para la inspección. Aquel año se dio la renovación del gobierno municipal tras las elecciones de julio de 2018, lo que pudo retrasar los trámites so pretexto del proceso de entrega-recepción al nuevo alcalde, Renán Barrera, quien asumió el poder el 1 de septiembre de 2018, dos meses después de los comicios. En medio de esos trámites que para los gobernantes son más simbólicos que políticos, los dueños de Micaela sintieron que el derecho de poder iniciar su negocio se quedaría a la deriva.

—¡Por favoor! —exclama Vidal extendiendo las vocales, sentado a la barra del restaurante de la nana al contar cómo fue a requerir que cumplieran con el trámite—, si no abro esta semana, me voy a la quiebra —alegó ante los funcionarios del ayuntamiento. Lo que no dijo es que tenía listo el evento de apertura para el jueves 24 de octubre, por lo que sólo insistió en que le permitieran operar y le inspeccionaran después. Cuando el personal del ayuntamiento dispusiera.

Aunque se preveía iniciar operaciones hacia agosto o septiembre de 2018, según los anuncios difundidos en la prensa especializada, la licencia de funcionamiento se otorgó oficialmente el 12 de diciembre de 2018, mes y medio después del evento de octubre de ese año. Y Micaela no ha dejado de operar desde entonces.

¿Cómo llegar al corazón de Micaela?

Todas esas obras y reparaciones dejaron el restaurante con una distribución como la de una casa familiar, que es parte del concepto de Micaela, con dos plantas, la de abajo para recibir a las visitas, y la de arriba, donde están los baños y algunos espacios propios de los dueños, como la cava de Alberto o el espacio destinado para un speak easy, un bar oculto dentro del restaurante con el que sueña Vidal.

La entrada principal es por la calle 47, una avenida que apenas en la segunda mitad de 2023 fue restaurada y adaptada para hacer un corredor gastronómico, pues sobre esa calle hay al menos otro manojo de restaurantes como Oliva Enoteca, 130 Grados Steakhouse, Homu, Catrín o la cafetería La Libertad. Al cruzar la puerta, el primer salón es el lobby, de mayor tamaño, pintado de rosa pálido, donde fácilmente se puede acomodar una docena de mesas y que a la derecha deja ver primero la recepción, donde atiende la hostess; detrás de ella, está una vitrina donde se exhibe una muñeca de tela del personaje de Micaela, de piel café, cabello de estambre y con un vestido blanco y una boca roja con una sonrisa. De frente, hay una gran pared con dos puertas, una que lleva al Oyster Bar, a la

izquierda del lugar, y otra que conecta con el salón de corazones, el centro del restaurante. En ella se pueden leer dos grandes mensajes: el primero del lado derecho, una réplica de la carta de Micaela escrita con letra trémula que Vidal se sabe de memoria. Al centro, entre ambas puertas, está el lema del restaurante: Son pa'l corazón, frase que alude, según Alberto, al son jarocho, la música típica del puerto de Veracruz, de donde era oriunda Micaela; pero también es un juego de palabras que refiere el destinatario de cada uno de los detalles del restaurante, presentes tanto en la comida, el servicio pero también la ambientación del lugar. La puesta en escena, como la llama Nacif.

La siguiente sala a la izquierda del restaurante es el Oyster bar, pintada de un color azul cielo con patrones de almejas y ondas como olas de mar trazados en la pared. Cuenta con una barra fría donde se exhiben mariscos y ostiones frescos, y que está inspirada en los comedores de Nueva Orleans, una de las fuentes de inspiración de la historia de Micaela. Es una pequeña sala para apenas unas cinco mesas y cuenta con una iluminación de tono frío muy distinta a la atmósfera del lobby, que es más cálida por los tonos rosas de las paredes. Al centro del restaurante está el llamado salón de corazones, de paredes pardas con textura pétrea y algo más oscura que el resto de los ambientes, que conecta la cocina abierta con el resto del establecimiento. Decorado con espejos en forma de corazón y con lámparas en candelabros de mimbre que penden del techo, en él caben unas ocho mesas y es la sala más cercana a la cocina, separada por la orden de servicio, donde se “batean”, como dice el personal de cocina, los platillos para que los meseros los lleven a los comensales.

Mientras que a la derecha del lobby está el salón de los sombreros o de los pescados, llamado así por las decenas de figuras que decoran las paredes. Este es un espacio que se puede volver un salón privado al cerrar la puerta de madera que lo conecta con el lobby y es donde se llevan a cabo las degustaciones, las catas y algunos eventos especiales con cupo no mayor a 25 personas. Finalmente al fondo a la derecha del salón de corazones y contiguo del salón de los pescados está la barra, que en los muros tiene retratos familiares en blanco y negro que le dan ese aire de hogar al establecimiento. Tanto que incluso ahí es donde está la única televisión del negocio, en la que se reproducen una tras otra películas del Cine de Oro mexicano, para crear esa atmósfera de que es una casa familiar donde habita alguien como la nana Micaela.

Con esta premisa, Alberto fue el encargado de diseñar el modelo de servicio que querían transmitir con Micaela, algo que explican como llegar a la casa de un pariente y transmitir esa sensación de apapacho. Por ello, las paredes de cada salón tiene un color y hasta un distinto estilo de decoración. Y qué decir de las mesas y las sillas, que no son todas iguales: las hay rosas, azules, cafés, en la barra hay unas periqueras altas y en el Oyster y el Lobby y el salón de los pescados hay bancas

largas de madera pegadas a las paredes. Así también los patrones del piso son distintos, pues al entrar el mosaico tiene patrones de triángulos y rombos al estilo islámico, mientras que en el salón de corazones hay loseta con la M de Micaela diseñada especialmente para el restaurante. Hasta los trastes son de colores variados, todo ello para hacer que los invitados se sientan en casa. En casa de su nana Micaela.

—Si tú ves la mesa de allá, por ejemplo —dice Nacif mientras señala al salón de corazones desde la barra—, los cuatro platos en los que están comiendo son diferentes. Porque en las casas es lo que pasa, los platos se rompen, vas completando y acompletando y acompletando. Sólo que sea una cena muy formal sacas toda la vajilla chingona, si es que tienes. Entonces, el servicio no podía ser muy elegante. Queríamos que fuera todavía más hogareño, mucho más hospitalario. Es como recibir a alguien en la sala de tu casa, y la puesta en escena del restaurante se trataba de eso: vamos a recrear un restaurante que parezca una casa, que de pronto seccionas un pedacito y podría ser la sala de la casa de alguien.

Y para toda esa experiencia y todo lo relacionado con el restaurante, Alberto dice que tienen una palabra para referirse no sólo a la comida, sino al establecimiento, la decoración, la iluminación, los olores, pero también el servicio, que siempre te recibe con un apapacho. Y para Alberto, Micaela tiene un ambiente femenino.

—Queríamos que el servicio reflejara ese ritmo, esa cadencia del menú, esa cadencia antigua, de bienvenido, de apapacho, de corazón. Tratar de ofrecerle muchos elementos para que saliera con la panza llena, que era nuestra idea de como sales de la casa de tu abuelita o de tu mamá, casi, casi que se ofende si no comes más. Era un poquito como buscar eso, algo ‘Micaesco’, es la palabra que utilizamos ya para muchas cosas, que define este plato con alma vieja, así debe ser —exalta el sommelier.

Y por eso, sirven un poco de caldo de camarón al inicio, o los limpiapaladares durante la comida, pero también el aroma a leña que se percibe y que se impregna a la ropa aún varias horas después de haber salido del restaurante. Y la música, porque en la casa de la nana siempre suena música como de fiesta: salsa por las tardes, y algo más electrónico o funk suave hacia la noche.

La innovación en Micaela Mar y Leña

Un pulpo atravesado por un cuchillo cocido a las brasas con la carne ennegrecida y con ese sabor que sólo da el fuego como plato principal, pero también un risotto con camarón de una textura tan suave y un sabor tan elegante que se borra la frontera entre comida italiana y de mar. Luego, un atún crudo

servido con uvas y salsa de ajo y que cuando hubo que entregarlo a domicilio, se llevó con instrucciones para prepararlo y hasta para dar el primer bocado. La comida en Micaela tenía que representar un giro en relación con la oferta gastronómica disponible en Mérida antes de su apertura.

El problema era que la apuesta por platillos de mar no parecía tener buenos antecedentes. Alberto recuerda que la idea de ofrecer productos de mar en Mérida era algo que no había resultado del todo exitosa en la capital yucateca en ocasiones anteriores, pese o quizás precisamente por la proximidad de la ciudad con la costa. A 20 minutos de ahí está Puerto Progreso, conocido como la “playa de Mérida”. Y aunque se trata de un municipio distinto, su fácil acceso hace común el consumo de pescados y mariscos relativamente más frescos sin necesidad de ir muy lejos. ¿Qué haría diferente la oferta de este restaurante que te ahorra menos de media hora de trayecto con la tentación del goce de entrar al mar incluida?

En algún momento antes de abrir Micaela Mar y Leña, Alberto reconoce que recibieron advertencias de que el concepto de pescados a la leña para echar a andar un restaurante en Mérida parecía algo arriesgado, por lo les sugirieron que apostaran por otro tipo de comida que podría representar una apuesta más segura, como cortes, o incluso hamburguesas o pizzas.

—Me gustaría decirte que estaba yo segurísimo de este sueño —dice Alberto en tono serio—. No es cierto. Teníamos miedo, como cualquier empresario en el país, de que no funcionara, de que fuera un fracaso, de que al mes hubiésemos tenido que cambiar el nombre y el menú. Ya hasta teníamos ideas por si no funcionaba. Haríamos otra cosa, ¿qué haríamos? Hamburguesas y pizza. No estoy en contra de las hamburguesas y de las pizzas pero... —lanza el sommelier sin decir la siguiente frase que queda en el aire; luego pide agua sentado en la cafetería La Libertad, a unos metros de Micaela. Pero el suspenso es suficientemente claro. Afortunadamente no fue así. Tanto él como Vidal se aferraron a la idea de ofrecer pescados y mariscos principalmente a la leña para un público que apenas empezaba a transformarse.

La escena gastronómica de Yucatán ha pasado por varios hitos. Para el chef Jean Philippe Guillot, editor de la revista *Dolce*, que se dedica a temas de estilo de vida y turismo en la zona de la Península de Yucatán, esta evolución, particularmente de Mérida, tuvo un primer momento de cambio hacia 2010, cuando reabrió Néctar, de Roberto Solís. Ese restaurante se inauguró en 2003, pero su reinicio vino con un nuevo concepto, el cual, según comenta Guillot, pasó de ser un restaurante con un foco más en la gastronomía europea a un proyecto que trataba de renovar la comida yucateca.

—El primer restaurante gourmet fue Néctar. El tema es que abrió hace muchísimos años en una época en que había otra generación. Entonces no tuvo buena aceptación, nunca funcionó bien. Hasta que abrió el restaurante de Rosas & Xocolate (también en 2010) fue en el momento exacto en que la gente ya necesitaba otro tipo de gastronomía (más gourmet) y tuvo mucho éxito; gracias a esto, Néctar decidió volver —comenta.

El nuevo Néctar ofreció desde entonces algunas propuestas innovadoras como pétalos de cebollas al carbón marinados con recado negro, con chile xcatic inyectado. A decir del especialista en gastronomía, el restaurante ofreció un concepto original pero que aprovechó los productos locales para dar un nuevo estilo de comida yucateca y “rediseñarla”, como el mismo negocio se promociona.

Eso fue apenas el comienzo de lo que desataría una ola de nuevos restaurantes con variedad de comida y de técnicas de preparación menos convencionales: K’u’uk, de Pedro Evia, reconocido a nivel nacional por su oferta gastronómica, se inauguró en 2012; mientras que Apoala, en 2014, inició el resurgimiento del Parque de Santa Lucía, a un costado de una de las sucursales de la tradicional Chaya Maya, entre las calles 55 y 60 del centro de Mérida, como un centro gastronómico, con restaurantes como La Tratto y Bryan’s de grupo Trotter’s —donde trabajó Alberto—, La Recova, Rosa Sur 32 —del mismo dueño de Rosas & Xocolate, Carol Kolozs Fischer—, Avec Amour o el café Ki Xocolatl, especializado en productos de cacao. En frente, durante unos años estuvo Peruano, que ofrecía ceviches y comida típica de ese país sudamericano, a la vuelta de Mi Viejo Molino, una cafetería casual de una cadena yucateca, y El Nuevo Tucho, uno de los botaneros más tradicionales de Mérida, a escasos 100 metros también sobre la avenida 60.

Pero fue hacia 2016, expone el chef y editor, cuando se dio un segundo gran cambio que llevó la escena gastronómica local a una etapa en que la innovación se volvió un requisito para figurar entre restaurantes que trataron de renovar un mercado basado en la comida tradicional yucateca y destacar entre estos y las cadenas restauranteras de origen estadounidense y hasta uno que otro negocio de comida oriental.

Desde la óptica de Guillot, el mayor cambio vino a finales de ese año y hasta 2019, a la par de la llegada de una oleada de nuevos habitantes a la entidad, principalmente a la capital yucateca, que no ha cesado ante el alza en la incidencia de diversos delitos de alto impacto como homicidios dolosos, asaltos y robo de vehículos en buena parte del territorio nacional, que se dispararon desde la segunda mitad de la década del 2000, a raíz de la llamada “Guerra contra el crimen organizado” en el sexenio de Felipe Calderón y que tuvo un gran impacto en el Norte y en el Bajío; así como el gran interés que causó el alza en el nivel de vida en la entidad en comparación con el resto de México, que desde 2015

se ubicó entre los 50 municipios con mayor Índice de Desarrollo Humano (IDH), de acuerdo con el “Informe de Desarrollo Humano Municipal 2010-2015”, elaborado por el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) junto con el gobierno mexicano.

A partir de entonces, chefs nativos en restaurantes extranjeros como japoneses, tailandeses o franceses aumentaron su alcance ante un alza de la demanda de mayores ofertas gastronómicas. De acuerdo con el censo de población y vivienda de 2020 del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi), la inseguridad y violencia fueron la sexta causa de migración en el país en el último lustro y Yucatán el principal destino para ir a vivir.

Esto estimuló la migración desde el norte y centro del país a esta ciudad, sumado a otros grandes alicientes como el crecimiento en la oferta de empleos mejor remunerados y la búsqueda de algunas empresas trasnacionales para ubicar sedes en la región para atender tanto al mercado de la costa este de Estados Unidos como a Centroamérica. Esta llegada de nuevos habitantes a Yucatán, que el gobernador de la entidad, Mauricio Vila, calculó, en entrevista para el diario *El Financiero* en octubre de 2018, que rondaría las 200 mil personas entre 2018 y 2024, algo así como un 10 por ciento adicional de la población al estado en ese año, abrió una mayor demanda para el sector gastronómico.

—Antes no había mucha variedad de comida más que yucateca, se comía un poco de libanesa, y tacos —rememora Jean Philippe Guillot—. Yo llevo 16 años acá en Mérida y cuando llegué eran puros tacos. No había una gran variedad de comida y estaban mucho con lo “americano” (estadounidense) y los restaurantes de franquicias. Ya las nuevas generaciones empiezan a abrir sus negocios con una mentalidad diferente de cuidado de producto, conceptos originales. Todo eso detona este nuevo cambio.

El auge de los nuevos restaurantes continuó en 2018 con la apertura de Catrín y Micaela, así como la inauguración en 2019 de Paseo 60, la moderna plaza donde se encuentra el hotel NH Collection, y que alberga una terminal de autobuses, así como un mercado gourmet, y restaurantes como Crabster (original de Progreso para comer a pie de playa), Teya Viva (el concepto moderno de la Hacienda Teya, en Kanasín, un restaurante típico de comida yucateca), Querreke (un gastrobar con variedad de comida mexicana que tuvo su primera unidad en 2012) o Merci (que ofrece comida con toque casero) de la chef Regina Escalante, quien fuera embajadora de la entidad en 2019 en el festival Roxi de Guadalajara, a donde acudió Yucatán como estado invitado para mostrar su gastronomía.

Desde 2013, el gobierno del estado de Yucatán quiso aprovechar la proyección que dio el reconocimiento de 2010 a la cocina mexicana por parte de la Unesco como patrimonio inmaterial de la

humanidad para montar a la comida local en esa ola. Por ello, en junio de 2013, el entonces gobernador, Rolando Zapata Bello, publicó un decreto aprobado por el Congreso estatal que declaró a la gastronomía yucateca como “patrimonio cultural intangible del estado”. Los artículos tercero y cuarto del documento señalaban que el Poder Ejecutivo de Yucatán tenía la obligación de promover, difundir y preservar la gastronomía estatal, para lo cual tendría que elaborar un compendio gastronómico del estado con “las manifestaciones culinarias distintivas de las siete regiones en que se divide el Estado (Poniente, Noroeste, Centro, Litoral Centro, Noreste, Oriente y Sur). (...) Y detallar la información general relativa a la cocina yucateca”, señala el decreto. Si bien se fijó ese compromiso, el compendio nunca se publicó, y es uno de los temas pendientes del gobierno estatal, que cambió de administración en 2018 y que está por renovarse en 2024.

Pocos años después, en 2017, se celebró el primer Festival Club Sibarita, creado por Guillot, uno de los principales promotores de la diversidad gastronómica en la entidad. Aquel festival convocó apenas a un centenar de invitados, pero comenzó a forjar la historia de un encuentro que reúne a los principales exponentes de la cocina en la entidad, y que para 2021, con todo y pandemia, celebró algunos encuentros al aire libre para promover los platillos preparados en la Península de Yucatán y que en 2023 mantuvo su fuerza para seguir convocando a cocineros pero, sobre todo, a comensales que querían conocer nuevas experiencias gastronómicas, entre ellos el chef Alejandro Marcín, de Ramiro Cocina, quien formó parte del equipo de Micaela en sus primeros años.

En 2019, en su tercera edición, la comida inaugural se realizó en Conkal, un municipio conurbado de Mérida, en el restaurante Pueblo Pibil, del maestro Silvio Campos, donde la clave de su comida es la cocción en el horno subterráneo de origen maya también conocido como pib, y que da nombre al platillo más reconocido de la gastronomía yucateca: la cochinita pibil. Con ese mismo proceso, se cocinan otros platillos tradicionales yucatecos, como el relleno negro, el queso relleno o el frijol con puerco. Esa tarde de marzo de 2019, también hizo su debut en el festival Micaela Mar y Leña, con la participación del chef Vidal Elías, quien preparó el primero de los cinco tiempos de la comida de apertura: ceviche de jurel (una especie de pez azul de aguas frías capturado en las costas del Golfo de México y en Baja California Sur y cuyo principal captor es Campeche) con almeja reina, emplatado en una concha rodeada con hielo.

A menos de seis meses de haber abierto sus puertas, Micaela ya había logrado su primer reconocimiento por su oferta gastronómica innovadora con esta invitación. El primero en un año que sería memorable para Micaela y su equipo.

El lujo como innovación de Micaela

Entre las virtudes que tiene Micaela está el lujo. Pero no por tratarse de un lugar gourmet, pues dista mucho de serlo, como sostiene Jean Philippe. Ante el impacto de la pandemia, los analistas de consumo previeron que la industria del turismo sufriría una transformación importante, pues la noción de lujo cambió y convirtió a los espacios abiertos y alejados de las grandes urbes en su nuevo objetivo para ofrecer experiencias exclusivas, con productos en medio de la naturaleza como el *glamping* y el turismo sustentable, que se volvieron de lo más demandado por los clientes de alto poder adquisitivo, que coincide con el perfil de restaurantes como Micaela.

Pero para Carlos Martínez Trujillo, director de Bienal, la agencia que creó la imagen corporativa de Micaela y su matriz, Grupo Parentela, el lujo va más allá de excentricidades y ofertas costosas. Antes o después de la pandemia, la clave de esta categoría está en pequeños detalles que muchas veces se mantienen en secreto.

—Para mí, el lujo está en lo irrepetible —condensa.

En el caso de Micaela, hay un lujo casi accidental pero que lo hace una experiencia distinta: el aroma a leña. Se trata de un ingrediente que combina la nostalgia con sencillez, y por paradójico que parezca, Vidal y Alberto lograron convertir un indicador asociado con la marginación en el país en todo un lujo. Para Jean Philippe, el tratamiento de los platillos con este combustible es incluso parte de la originalidad e innovación del concepto del restaurante, mismo que no tardaron en replicar otros en Mérida.

—Allá en Comalcalco todo el tiempo cocinamos así, con leña —explica Alejandro Marcín, quien ha colaborado con Vidal desde hace unos ocho años y trabajó en el desarrollo de la técnica para la preparación del pulpo a la leña en Micaela.

Este combustible es utilizado en particular en las comunidades rurales marginadas del país, según el censo de Población y Vivienda de 2020 del Inegi, en una de cada ocho viviendas a escala nacional, pero con mayor presencia en estados del sur y sureste, con Oaxaca en segundo lugar, Yucatán en cuarto y Tabasco en quinto.

El poder de ese ingrediente, que no sólo cocina y aromatiza los alimentos sino que ambienta el lugar, es tal que Alberto incluso destaca que le han preguntado qué aromatizante usan para Micaela, como si se tratara de un producto dedicado a perfumar el ambiente del restaurante, como el que se emite en otros establecimientos, o en algunas tiendas de ropa y plazas comerciales.

—Yo he trabajado en restaurantes donde hay difusores de vainilla o de postre o de café que abre el apetito. Entrás a un restaurante y hueles: “¡Ah, qué rico! Están tomando café”. Y no. Es un difusor que está engañando a la gente —cuenta Nacif—. Micaela, sin querer, tiene un olor a leña quemada porque todo el tiempo la estamos quemando, entonces ya se volvió característico. Cuando la gente entra, todo mundo me dice: “Entrás —Alberto toma una inspiración para actuar el momento en que se atrae el aire con las manos hacia el rostro para percibir un aroma— y, ¡ah!, ya me dio hambre” —dice con el apremio de quien quiere llegar al plato fuerte antes incluso de haberse sentado a la mesa—. Todo mundo empieza a identificar ese olorcito. La gente está buscando todo el tiempo, más en esta época, cómo regresar a sus raíces; como que todos, sin decirlo, extrañamos y nos identificamos con la historia.

Ese olor a pueblo, a pasado, a historia, que se impregna en la ropa y que a veces sólo una ducha puede arrebatar del cuerpo después de algunas horas de estar rodeado de él, siempre está presente en Micaela. Y, sin planearlo, es todo un lujo y parte de la innovación del restaurante.

Honestidad, sencillez y sabor, las claves de la comida de Micaela

Definir el concepto de Micaela parece una labor algo complicada, en parte porque la comida no tiene un gentilicio claro sino que trata de tener una ubicación temporal distinta al presente, como si fuera cocina y hasta servicio de otra época; y por otro lado, porque la oferta va más allá de los platillos de mar y la leña como se nombra el restaurante, pues hay carnes, mariscos frescos, moles y una carta de postres elaborada por quien fue considerado como el mejor repostero de América Latina en 2018, Jesús Escalera.

“Mijitos, servimos comida honesta, sabrosa y creadora de experiencias”, afirma el restaurante Micaela Mar y Leña en su cuenta de Instagram, cuya voz corresponde a la nana Micaela. De primera instancia, la honestidad aparece como algo difícil de entender en materia de comida.

Para el chef de Micaela, la honestidad representa tres condiciones y parte de un principio básico que parecería obvio pero que no siempre pasa: dar al cliente en su plato lo que se está ofreciendo en la carta. Ello atiende no sólo a nombrar adecuadamente a los platillos, sino que va unos pasos más atrás.

—Si te estoy diciendo que te voy a dar mahi mahi, te doy mahi mahi, ¿no? Vamos a empezar por ahí.

Por increíble que parezca, en Yucatán hay restaurantes que ofrecen queso relleno, que supone ser en la receta tradicional queso holandés de bola, como el del Gallo Azul, el más popular de la zona, pero que en estos lugares en pleno centro de Mérida sirven el platillo elaborado con queso tipo manchego. Eso representa una falta de honestidad.

En segunda, retoma una lección de sencillez, como se describe la cocina de mar y leña en el diario de Micaela, y evita las descripciones crípticas o pretenciosas de los platillos para volverlas claras y simples de entender.

—Sin tanta faramalla. No es la intención de apantallar o de farolear, es comida rica, *plane*, simple pero buena. No es apantallapendejos. No tengo por qué venderte algo que no te estoy dando — agrega el chef.

En tercera instancia, Vidal coincide con varios otros chefs en que la cocina honesta exalta los ingredientes por su calidad antes que recompensar esta falta con técnicas culinarias sofisticadas. En una entrevista que le hicieron al chef de Micaela en enero de 2016, previo a la apertura de La Fishería en el centro de Houston, explicó que al haber crecido en un rancho, para él, los ingredientes son entes vivos, por lo que se les debe respeto, mismo que después recompensará a quien los cocine.

—Yo respeto los ingredientes y cómo ellos deberían —y querrían— ser cocinados. Cada ingrediente es una cosa viviente. Si lo respetas, a fin de cuentas te devolverá ese respeto —dijo entonces.

Estas ideas parten de otro hito de la historia de la gastronomía mundial. El estrellato de la cocina en el mundo comenzó hacia finales de los 90 del siglo pasado y principios de la primera década del actual, impulsada por su mayor ícono, el chef del restaurante catalán elBulli, Ferrán Adriá, un alquimista de la gastronomía, o como lo describió Julio Villanueva Chang, “un extraterrestre en la cocina”, en alusión a las complejas técnicas y los productos experimentales que empleaba en sus preparaciones, más cercanos a un laboratorio de un científico que a un platillo para preparar en la cocina en una noche de verano. Y que si bien se le conoció como “cocina molecular” por emplear nitrógeno líquido y otros ingredientes poco usuales, él prefirió denominar a su trabajo cocina a secas, o dado el caso, de vanguardia o *avant garde*.

En respuesta a esta tendencia, desde mediados de la primera década del siglo XXI, en otro hito para la gastronomía mundial, diversos chefs comenzaron a apostar por alejarse de esas técnicas enigmáticas más cercanas a un arte oscura que bien podría ser la alquimia del sabor que al trabajo de un chef con una sartén, un cuchillo y una cebolla lista para acitronar. René Redzepi, considerado el

mejor chef del mundo en 2020 y dueño del restaurante Noma, nombrado el mejor restaurante del mundo por cuatro años entre 2010 y 2014, son parte de un movimiento internacional que comenzó como un proyecto regional para el norte de Europa y que se volvió una tendencia mundial y del cual Vidal es seguidor.

El cofundador de Noma junto con su socio Claus Meyer comenzaron desde 2004 un llamado a reorientar el foco de la gastronomía, entonces concentrado en la cocina moderna o de vanguardia que encontró precisamente en Adriá a su principal exponente. A través del *Manifiesto de la nueva cocina nórdica*, los cocineros daneses buscaron expresar la pureza, frescura, simplicidad y ética de los alimentos, llevar procesos con un enfoque sustentable, cuidar la salud y el bienestar, aprovechar en mayor medida los ingredientes locales, poner atención en la relación de estos con la conservación del ambiente en que se producían y el impacto económico para los habitantes locales. Al llevar este enfoque por el mundo, Meyer descubrió que la palabra nórdica estaba de más en el título de su manifiesto, y que la gastronomía en el siglo XXI tendría que apostar por esa ruta.

Desde una década atrás, Redzepi preveía que el futuro de la comida sería precisamente ese: la naturaleza, los vegetales y lo fresco. Al ser cuestionado sobre la tendencia del mundo gastronómico para 2011 en una entrevista para el diario *Reforma*, el chef danés respondió: “Algo más natural; descubrirán una cocina más fresca. La última década fue algo muy espectacular y complicado de hacer. Ahora viene la grandeza de los vegetales y lo simple. La cocina a base de vegetales y sus aromas será la tendencia en los próximos años”.

—¿Por qué le apostaron a eso? —se le pregunta a Vidal desde la barra de Micaela una tarde de marzo de 2021.

—Porque es como debe de ser —responde con la autoridad de quien casi no ha entrado a su propia cocina desde hace más de un año porque sabe que su idea gastronómica sigue vigente—. O sea... ¿cómo comes en tu casa? En tu casa no van a llegar y te van a decir “vamos a poner una salsa de esmeralda en un deshidratado...”. Digo, sí tengo deshidratados (conservas), sí tengo polvos, sí tengo esferificaciones (esferas de caldos y otros líquidos logradas a través de un alga similares a una gelatina), ¿sabes? Pero no voy a ir caminando por el mundo con la bandera de que soy molecular. La técnica está en pos del sabor y lo importante es que la comida esté rica. Punto. Y para que el sabor de la comida esté rico, el ingrediente tiene que ser bueno. Punto. Y nada más no hay que cagarla.

Vidal relata constantemente la anécdota que vivió en Francia y dio origen a esa última frase: en ese país, conoció a un chef que aseguraba conseguir para sus cocineros los mejores ingredientes y los

más frescos, de la mejor cosecha. Entonces les llamaba la atención de una forma peculiar. En palabras del chef tabasqueño:

—Si el ingrediente está bueno, nada más no la cagues. Es muy simple, eso en general es la comida honesta —resume el chef—. Es más fácil decir comida honesta que explicar “trato de darte lo mejor sin cagarla” y que se vuelva un eslogan comercialmente hablando —afirma entre risas.

Adriana Silvestre, periodista especializada en gastronomía y jueza de la edición 2019 de los premios MexBest, en la que Micaela resultó galardonada como el restaurante favorito de los lectores, considera que uno de los factores que cautiva a los comensales del restaurante es precisamente la sencillez de la comida y su sinceridad, pues se trata de un menú que ofrece sólo lo que los propios dueños quisieron transmitir.

—Un acierto de Micaela es que no intenta ser nada, no es pretencioso, es lo que es. Así les salió del alma hacer su carta y las cosas que les gustan o los platillos que ellos crearon, pero sin tener que necesariamente fusionar la comida tradicional. Su *target* a lo mejor no son (comensales) locales, pero sí había gente local buscando una propuesta diferente —sostiene.

En una entrevista de radio en 2019, el chef tabasqueño refiere también que como inspiración que se tomó del libro de Micaela, decidió recuperar algunas de las costumbres de la cocina antigua y tradicional, como la compra de productos locales y el uso de técnicas de conservación como los escabeches, con las que busca respetar a los ingredientes y aprovecharlos cuando están en su mejor momento.

—Dando un poco de honor a Micaela, siempre respetando el producto local. Y yo uso el producto local porque a fin de cuentas, antes, en la época de Micaela, se cocinaba con lo que había en la localidad. Entonces, eso es lo que trato de respetar. Y hago escabeches, conservas en casa, que me sirven para preservar el producto de mejor manera durante todo el año sin necesidad de una refrigeración. Hacemos nuestros escabeches como se hacían antes, se cocina a la leña como antes y es producto local. Como antes.

La cocina honesta requiere otra cualidad: si bien las recetas suelen ser del chef que encabeza el lugar, pueden no serlo, pero siempre se revelará su origen. En este caso, Micaela cuenta entre sus principales platillos con la autoría de su chef, mientras que en la carta de postres, no sólo se avisa sino que se presume la participación del chef Escalera, celebrada además desde las propias cuenta de Instagram, la principal red social del negocio.

—La mayoría de los platos tienen la forma en como nos imaginamos la comida —defiende Vidal, chef y director culinario del restaurante—. ¿Qué quise yo hacer? Que todos los platos tuvieran un escabeche, una conserva, algo para respetar la parte de Micaela y de las conservas. Que la mayoría tuvieran algo a la leña, tostados y todo. Y ese conceptual es el hilo conductor sobre el cual podemos hacer lo que queramos.

Aunque hay excepciones. Por ejemplo, abunda, el arroz cremoso con camarones, el segundo platillo más popular de Micaela, es una creación propia del chef de hace más de una década, que incluso en otro momento fue un motor para la creación de su propio restaurante.

—Ese específicamente no es un plato que nació para Micaela. Ese es un plato que nació para Tavola, el restaurante anterior que yo tuve en ‘Comal’ —recuerda—. Y de hecho Tavola nació prácticamente por ese risotto.

Por ahí del 2008, Vidal fue de vacaciones a la casa de su mamá en Comalcalco. Era un domingo por la tarde, de esos de comida familiar. Entonces el chef decidió preparar algo con lo que hubiera en la alacena. Para su sorpresa, encontró entre la despensa arroz arbóreo, camarones, crema y otros ingredientes que no tenían motivo para estar ahí, pues su mamá no cocina, acota.

—Con lo que había ahí en casa de mi ‘amá, agarré y lo hice, y lo probaron y me dijeron “No mames, está delicioso, cabrón. Por favor ponlo. Hay que hacer algo con esto”. Y dijimos: “Bueno, hay que hacer un restaurante italiano”. Y de ahí nació (la idea de) Tavola.

La receta que fascinó a su familia viajó con él a Estados Unidos, donde un día de 2016 la preparó como su comida del día en La Fishería. Esa ocasión, Alberto también tuvo la oportunidad de probarla y, al igual que los parientes de Vidal, quedó fascinado con el sabor tan elegante y tan contundente del arroz cremoso con camarones.

Una noche de primavera de 2017, con el proyecto de Micaela ya definido tras su viaje para tomar inspiración, el chef y el sommelier decidieron presentar el concepto de este nuevo restaurante al inversionista y su futuro socio, Paris, en la mejor forma: con comida. Se trató de una cena en la casa de Woodlands del chef, donde él cocinó y presentó diversos platillos como el pulpo a la leña, el arroz cremoso con camarones, el crudo de atún, además de otros como el pescado entero rostizado (que según el chef, tenía la idea de que sería el platillo estelar de Micaela y que se retiró de la carta durante la pandemia por tratarse de una pesca del día), los ostiones, la cazuela de mariscos, el ceviche caribeño, y algunos como el chilpachole de jaiba y unas brochetas de pescado que ya no están en el

menú. Sin embargo, el risotto originalmente estaba fuera, pues Vidal no le encontraba conexión con el concepto de Micaela, pero Alberto insistió en incluirlo en el menú.

—Él siempre hace muy buenos risottos, vivió en Europa: España, Francia. Yo ya conocía ese risotto, por eso le insistí mucho —asegura el sommelier—. Él no estaba muy convencido de inicio, pero para mí era un plato que aseguraba (ser del gusto de los comensales) y que, definitivamente, si le cambiamos el nombre a arroz cremoso en vez de risotto, automáticamente funcionaba como plato mexicano. En cuanto lo dije, las palabras “arroz cremoso”, para mí me llegó el recuerdo del arroz cremoso con tomate de mi abuelita.

Otro de los platillos estelares de Micaela es el crudo de atún. Este ceviche fue ideado por el chef a raíz del viaje que hicieron a Nueva Orleans a principios de 2017. En aquel recorrido, que Vidal considera el viaje más maravilloso para tener experiencias relacionadas con la comida, probaron un plato similar servido con jocoque y hojas de menta. Para reinventarlo, el tabasqueño decidió cambiar el primer ingrediente por ajoblanco para mantener la parte untuosa del platillo, en tanto que quitó la menta porque no había acidez para contrarrestar el sabor de la hierba. De ahí, retomó los elementos de los escabeches que resaltaba Micaela en sus memorias para incluir uno de uva en la receta, fruta que además, según Vidal, marida muy bien con esa salsa de origen español. Al servirlo, en Micaela se recibe la advertencia de que hay que mezclarlo para integrar los sabores de todos los ingredientes, entre los que se percibe el salado de la carne con el fresco de la uva y la cremosidad del ajoblanco, combinada con una acidez tan sutil como sorprendente, que al integrarse con almendras, se convierte en un platillo donde el gusto y el tacto se complementan para redondear la experiencia.

Sobre esa línea de recuperar elementos de la cocina original de Micaela también camina el objetivo del restaurante, que busca crear una experiencia actual pero basada en el pasado y que trasciende al gusto de la comida, que si bien es muy sabrosa, no puede destacar por sí sola. Necesita una buena mixología, un servicio a la altura, un espacio bien ambientado y hacer sentir que la experiencia sea como un apapacho. En sus proyectos, Vidal muestra consistencia en ese aspecto. Desde Tavola, el chef de Micaela tenía muy clara no sólo la meta de ofrecer distintos conceptos gastronómicos bajo el mismo paraguas, como es su objetivo actual con Grupo Parentela, la empresa matriz de Micaela, sino también la idea de que la oferta no se centrara sólo en la comida, sino que se ofreciera toda una experiencia como un apapacho.

—Llegamos aquí —dijo en una entrevista en 2015 para el diario local *El Chompipe*, a propósito del primer aniversario de Tavola, en ‘Comal’— y lo primero que notamos es la falta de servicios, de

atención, de que te apapachen. Si te va bien, te traen la comida; si no, te la avientan. Entonces, nuestra intención fue apapachar al cliente, que todo esté limpio, por eso hicimos una cocina abierta.

Micaela Mar y Leña, en palabras de su chef

—¿Cómo defines a Micaela? —se le pregunta a Vidal Elías una tarde de marzo de 2021, sentado a la barra del lugar.

—Es un restaurante amigable de comida mexicana a la leña, principalmente pescados y mariscos, siempre con un toque de antaño —responde en un primer esbozo para explicar de qué se trata este proyecto que tanto les ha representado a él y a Alberto—. No es tan fácil describirlo porque es multifactorial. Tenemos coctelería y la coctelería es muy buena; tenemos ostiones y los ostiones son muy buenos, una barra fría muy buena. Pero también tenemos asadores y tenemos una carne muy buena y muy buenos parrilleros; pero si quieres pescado, también tengo pescados y los pescados son muy buenos. “¡Ah, no!, yo quiero un molito y más comida mexicana”, también lo tengo, cabrón. “Quiero pasármela chingón, venir a festejar mi boda”. Claro que sí, es un lugar que se presta a la boda. “Quiero ir los sábados en chanclas a echarme una chela y matar la cruda”. También puedes... Por eso es que puede ser difícil, porque es bastante multifactorial —¿acaso quiere decir versátil?—. Pero a fin de cuentas, todo se resume en que tratamos de ser un restaurante bueno, y que vengas y te la pases bien y disfrutes y regreses y te quedes con ganas de volver. Y puede ser por el vino, porque en el vino somos unos chingones; sí, también puede ser porque el pulpo te encantó; puede ser porque los postres son la mamada. Desgraciadamente, si un restaurante no tiene todos esos factores operando de manera correcta, no es un restaurante que se haga notar. Porque nosotros en el café le echamos ganas, en los cocteles le echamos ganas, en el vino le echamos ganas, en la comida le echamos ganas, en los postres le echamos ganas, en el servicio le echamos ganas; hay que echarle ganas en todo. En un restaurante, todo tiene que coincidir, porque si hay alguna cosa que no coincida, el restaurante es malo. Así de simple. Si todo estuvo de poca madre pero el baño estaba sucio, valió madre: la experiencia fue mala. Y luego no toda la gente sale por el mismo motivo. Hay gente que sale porque quiere una noche lejos de los niños; hay gente que sale porque quiere venir a disfrutar tu comida y todo; hay gente que lo único que quiere hacer es subir una foto en Instagram; el que venga, por lo que venga, es bienvenido, pero tenemos que chingarle para todos. Es el pinche negocio al que nos dedicamos: las experiencias.

Micaela y su voz en redes sociales

Un restaurante con la historia que tiene Micaela necesitaba transmitir todas esas sensaciones del relato que le dio origen, como la nostalgia por su cocina y el cariño por Marión, su consentida. Por ello, se decidió que la voz de las cuentas en redes sociales fuera de la propia nana Micaela.

Adriana Arjona es la encargada de manejar las cuentas de Instagram y Facebook del restaurante y es quien recrea la esencia de Micaela en esos mensajes, tratando de contar historias como si fuera la nana. Aunque la primera publicación en Instagram data de enero de 2018, fue hasta la quinta que Micaela habla para contar parte de su historia, sacada de su diario, el libro que presume Vidal y que dio origen al restaurante.

En ella relata la historia de su padre, Solomon Toussa, quien dice que en rechazo a la esclavitud de la que fue objeto en Nueva Orleans, negó su apellido para darse a conocer sólo por su nombre de pila. Así se muestra en la publicación: “El apellido de mis antepasados fue quitado de ellos cuando fueron traídos a América y hechos esclavos, y luego se nos dio el nombre del amo de esclavos, lo cual rechazamos, no lo reconozco en absoluto. Por eso siempre se presentó como Solomon T. *diario de Micaela (1907)”, dice el post.

Desde entonces, la voz de Micaela se mantuvo como el hilo conductor de la comunicación en redes del negocio. Cuando se promocionó el evento “¡Puro Chile!” para celebrar el mes patrio en 2020, ya con las nuevas medidas sanitarias adoptadas durante la pandemia, por ejemplo, Micaela resaltó en su cuenta el picor de la cocina típica mexicana y hasta refirió su nombre técnico. “Mi niña Marión le llama ‘capsaicina’ –imi niña tan letrada!–, yo le llamo fuego”, se lee en Instagram.

Para Alberto, este tipo de mensajes representan “probaditas” de la historia que marcan una diferencia con respecto a su competencia, pues critica que muchos restaurantes utilizan sus redes sobre todo para avisar de promociones. En general, su idea de negocio está en contra de vender por vender, misma que transmite Rangel Salazar, el gerente de Micaela, al momento de atender a los clientes y al capacitar al nuevo personal. Por ello, su intención fue ofrecer una voz y un tono distinto en los mensajes en redes sociales.

—Yo sentí que había esa oportunidad ahí de crear un restaurante donde no solamente anunciáramos el 2x1 en cervezas, 2x1 en tacos, “Vengan y coman aquí”, porque era lo que yo venía haciendo tradicionalmente en los demás lugares donde había estado. A mí me interesaba mucho más el contenido, el decir: “Hey, este molito me lo enseñó a hacer mi abuelita y lleva 14 ingredientes. Para el fin de semana a lo mejor tenemos un poquito para ti”.

—¿Más anecdótico?

—Exacto, sí. Contar un poco más la historia detrás de cada receta, un poquito más de cada uno de los platos, de las personas. Tuvimos ahí un par de *posts* donde retratábamos la foto del *dishwasher*, el *bartender*, muchas fotos así, del personal per sé. Nunca se trató solamente de Vidal o solamente de Alberto. En este afán de no querer convertir al chef en la estrella del restaurante ni al sommelier en la estrella del restaurante, ni a alguna persona en específico, porque ese era... —dice previo a una pausa que lo lleva a una confesión—. Hubo pláticas de esto. Es algo donde Vidal y yo nos sentamos y dijimos: “No se trata de ti, no se trata de mí. Se trata de ella, de Micaela”. Entonces, desde ese punto de vista se me ocurrió la idea de que la voz de las redes sociales fuera la nana Micaela completamente, en un sentido de “Hey, mijito”, “Oye, mi niño”. Al principio nos colgábamos un poquito de nuestros nombres para impulsar al restaurante. Cuando el restaurante era más pequeño que nosotros. Pero ahorita ya el restaurante es más grande que nosotros —sostiene Alberto.

Ese impulso inicial basado en Alberto y Vidal fue durante los primeros cuatro o cinco meses de operaciones, pues el restaurante pronto se convirtió en un referente en la entidad, un destino en la ruta gastronómica yucateca y hasta una razón suficiente para un viaje tras su primer reconocimiento nacional a finales de 2019. Entonces quedó claro que Micaela había superado a las cabezas que le dieron vida. Y llegó más lejos de ser la protagonista sólo las redes sociales.

La receta de Micaela para superar el Covid-19

*El mezcal hace olvidar las penas,
RECORDAR las alegrías,
mata las TRISTEZAS y revive fantasías,
LLENA EL CUERPO DE VIDA
y da a la vida algarabía
De los muros de Micaela*

Aunque Micaela Mar y Leña vivió la innovación como una condición natural más que como una necesidad, cuando comenzó la pandemia de Covid-19, esta cualidad propia desde el inicio del proyecto aumentó su importancia. Y todos en el restaurante lo resintieron. Para empezar, el impacto económico fue inmediato y no fue pasajero.

—Está cabrón cuando el que te haya ido bien es que perdiste más dinero del que habías hecho en toda tu vida —resume Vidal.

Ante la crisis sanitaria y económica que se produjo desde marzo de 2020, ese es su balance del primer año con la enfermedad con síntomas parecidos a un resfriado como fiebre, tos y malestar físico, pero con consecuencias mucho más graves, que a 2023 cobró más de 300 mil vidas en México y arriba de 8 millones en todo el mundo. El nuevo virus fue identificado apenas a finales de 2019 y se le nombró SARS-CoV-2, una variedad de coronavirus que en sus primeras variantes causaba daños severos a las vías respiratorias, y que resultó ser muy contagioso, y en un principio, antes de las vacunas que se aplicaron de forma masiva en México a mediados de 2021, resultó sumamente peligroso para los seres humanos. Para tratar de contenerlo, se apostó por reducir los encuentros entre personas, la concentración de la gente y procurar, en la medida de lo posible, que esta no saliera de su casa, con las consecuencias que ello indefectiblemente traería: la caída del comercio y los servicios de alimentos y bebidas; el recorte de salarios por las bajas ventas; el cierre de negocios formales y, sobre todo, informales; y el incremento del desempleo.

Ese segundo año de operaciones, Micaela se tuvo que reinventar para superar esta crisis a cambio de posponer todos sus proyectos de expansión en Yucatán, así como en otras ciudades de México. Tras un 2019 en que el chef, el sommelier, su equipo y el restaurante recibieron distinciones nacionales en el ámbito de la gastronomía y se posicionaron como referente y hasta destino gastronómico en México, el siguiente año les mostró que “no hay nada tan malo que no pueda ser peor”, ironiza el chef.

Pero haber mantenido a flote su negocio, sin deudas y con la menor cantidad de despidos posibles parece ser algo más que un logro para Vidal y Alberto, en un país donde se perdieron más de un millón de empleos formales, la mayoría en el sector terciario, a causa del cierre de las actividades económicas para detener la propagación del virus que causaba el Covid-19.

La adaptación de Micaela

—Ha sido un viajezote —afirma Vidal antes de beber un trago largo de mezcal, su bebida favorita desde los 14 años, “antes de que se pusiera de moda”, como repite una y otra vez.

Es el primero de dos mezcales que el chef se puede tomar tranquilamente una tarde de sábado de octubre de 2020, cuando la camotiza (como los cocineros le llaman a los momentos de mayor carga de trabajo en un restaurante) no es ni siquiera la mitad de la exigencia en comparación con ocho meses atrás, cuando nadie se imaginaba que la pandemia de Covid-19 cambiaría, al menos por un par de años, la forma en que convivimos.

El 11 de marzo de 2020, la Organización Mundial de la Salud declaró al Covid-19 como una pandemia mundial. A la semana siguiente, el 19 de marzo, el equipo de Micaela tuvo su primera junta para definir el rumbo del restaurante ante un futuro incierto y la poca claridad de los alcances que tendría la crisis por esa enfermedad.

Al inicio, las autoridades contemplaron que la cuarentena y los cierres de negocios y actividades durarían alrededor de dos semanas, como pasó en abril de 2009 cuando se dio el brote de influenza por el virus AH1N1. Sin embargo, pronto este periodo llamado por el gobierno federal como Jornada Nacional de Sana Distancia, decretada en México oficialmente el 23 de marzo de 2020, se extendió primero hasta finales de abril. En esas primeras cinco semanas se permitió seguir de manera presencial sólo las actividades consideradas esenciales, como la atención médica; seguridad; impartición de justicia; cadenas de abastecimiento de insumos de primera necesidad como alimentos, bebidas y vestimenta, aunque sólo para venta directa al cliente; mantenimiento y provisión de servicios básicos como agua, energía eléctrica, drenaje, recolección de basura y telecomunicaciones, así como medios de transporte. Luego en mayo se hicieron algunas modificaciones para permitir la operación de industrias de gran impacto económico en el país, como la automotriz (principal exportación de México a Estados Unidos), la minería y la construcción ante presiones de los líderes sectoriales. Los restaurantes se sumaron a esa exigencia de ser considerados como esenciales en esa primera tanda aunque no tuvieron éxito.

En ese momento, la parálisis de la mayoría de las actividades públicas y colectivas, que en retrospectiva parece más que lógico, sonaba prácticamente descabellado, sobre todo para negocios como los restaurantes, que tienen un uso intensivo de capital, es decir, que dependen de las ventas diarias para mantener el flujo de dinero a la par que los insumos en su mayoría se usan a la brevedad posible, por tratarse de productos perecederos.

Con estas complicaciones en frente, los dueños de Micaela tuvieron que idear la manera de mantener aunque fuera un poco de la venta, sobre todo para pagar los salarios de los casi 40 empleados que tenían en marzo de ese año. El control de los gastos cobró mayor relevancia cuando entre abril y mayo subsistieron sólo a base de envíos a domicilio. Esto significó para el restaurante registrar ventas al menos 90% abajo de los resultados de 2019, según las cifras del restaurante. Vidal estimó que apenas representaron entre 5 y 7% de lo alcanzado en los mismos meses del año anterior, es decir, casi nada.

Para aminorar gastos y evitar que hubiera más gente de la necesaria para operar, a partir de esa reunión del 19 de marzo, se tomaron medidas como la rotación de personal con descansos solidarios para dividir los días laborales entre todo el equipo, en dos grupos con tres días para cada uno y uno de descanso. A ello se sumaron las bajas temporales voluntarias, la reducción de salarios y, por supuesto, algunas renunciaciones. Vidal dice que sólo fueron 10 personas quienes dejaron el restaurante, mientras que Alberto Nacif, director de operaciones del negocio, contó 15 o tal vez un par más.

Así, de los 42 elementos que operaban en los tiempos previos a la contingencia sanitaria por el Covid-19, el restaurante trabajó con poco menos de 30 personas con turnos repartidos a la mitad. Es decir, muchas manos, más que las necesarias para atender la bajísima demanda de Micaela. Pero aun así, era lo único que se podía hacer.

—Para esto no estábamos preparados. Nadie. Completamente nadie. Y aquí había una forma de hacerlo, que era despidiendo a todos, que muchas empresas lo hicieron, dieron de baja a su personal y “Que dios te bendiga”. Pero ¿cómo íbamos a hacer nosotros eso si todas nuestras redes sociales, de lo único que se tratan es de nuestra gente? No iba a haber coherencia ni congruencia en lo que estábamos diciendo y haciendo. Entonces ‘aguantamos vara’, como *machitos*, como dueños comprometidos —expone Alberto una mañana de octubre de 2020, con un mensaje motivacional que parecía más como para explicarse a sí mismo por qué decidió ese camino durante el segundo trimestre del año, ante una crisis desconocida que le representó una presión financiera sin precedentes.

El primer gran reto por el Covid-19

Las medidas para volver más eficientes los gastos ante la pandemia en Micaela comenzaron antes de que las autoridades cerraran los comedores y de la declaración de la emergencia sanitaria. Uno de los primeros desafíos fue el cambio repentino de planes. La declaración de la pandemia se dio el 11 de marzo de 2020, mientras que 10 días después en Yucatán estaba programada la celebración de la edición 45 del Tianguis Turístico, un evento en que promotores del sector se reúnen con los industriales para conocer la oferta de productos turísticos y con ello fortalecer el interés en los destinos así como la integración de regiones para crear paquetes, idear toures y fomentar la atracción de viajeros.

Yucatán anunció que organizaría el evento en febrero de 2019. Tras más de un año de preparación, a final de cuentas el gobierno de la entidad tuvo que informar su postergación en primera instancia, para después confirmar que se organizaría de manera virtual en septiembre de 2020, debido a la persistencia de la contingencia sanitaria. Al final, el evento se celebró de forma presencial hasta el otoño de 2021 en Mérida. Pero eso no evitó que en marzo de 2020 y ante la inminencia de la contingencia sanitaria, los negocios relacionados con el turismo en todo Yucatán se prepararan para recibir a miles de visitantes y de pronto tuvieron que cambiar de rumbo.

—Fue una o dos semanas antes del Tianguis Turístico. Nosotros estábamos empezando a llenar refrigeradores —cuenta Vidal, mientras presume la higadilla que sirven en El Lucero del Alba, una cantina a dos calles de Micaela—, estábamos empezando a hacer compras fuertes y de repente nos dicen “Parece que van a cerrar. Deja de comprar”. “Pero el evento, pero todo”... “Deja de comprar” — comenta sin revelar a su consejero anónimo, seguramente un proveedor de altos vuelos que traía el chisme fresco de Asia, Europa o quizás de Estados Unidos.

Desde Asia primero y luego Europa, continentes que recibieron el impacto de la pandemia en enero y febrero respectivamente, llegaba a México la información de las medidas de los gobiernos para contener la propagación del virus que causaba la Covid-19: uso de mascarillas, freno a actividades en espacios públicos, restricciones de movilidad, cierre de fronteras. En todos lados la constante era esa. Incluso en China, donde se ubicó por primera vez la expansión del SARS-CoV-2, el cierre fue tan intenso que las exportaciones, uno de los principales motores de su economía, cesaron por completo durante algunas semanas. Y aparentemente funcionó para evitar la propagación multitudinaria del virus. ¿Por qué habría de ser diferente en otras latitudes?

Un golpe de timón de esta naturaleza no era nuevo para los dueños de Micaela. Alberto y Vidal ya habían tenido una experiencia similar en Houston en 2017, cuando se jugó el *Super Bowl* 51 en esa ciudad, disputado entre los Halcones de Atlanta y los Patriotas de Nueva Inglaterra, el día que Tom Brady ganó el quinto de sus siete anillos de campeonato. En aquella ocasión, en sus últimos días al frente de La Fishería, la dupla había comenzado a hacer compras para tener provisiones en espera de que la gente se lanzara antes o después del partido a abarrotar el centro de la ciudad, que estaba a más de nueve kilómetros del estadio NRG, a las afueras de la metrópoli.

—Estábamos esperando que nos llegara la masacre. Empezamos a comprar y a comprar y a comprar y a llenar refrigeradores, y de repente la gente no va al *downtown* —recuerda el chef—. Nos damos cuenta que la gente no está yendo, y bueno, ¿por qué? Porque a todo mundo le advirtieron que *downtown* iba a ser un caos. Entonces nuestros clientes habituales no fueron y la gente que iba al *Super Bowl* se quedó ahí (en el área del estadio), no en el resto de *downtown*. Empezamos a ver que prácticamente le dimos un tiro de gracia con las compras que hicimos. Cuando empezamos a ver la misma situación aquí, ya por el callo fue de “Alto. Deja de comprar”. Un poquito por la experiencia dijimos: “Nada más nos preparamos para el evento”. Dos días después nos avisan que se pospone, entonces ya está —cuenta Vidal antes de soltar un aplauso como el de un mago que acaba de desaparecer un pañuelo entre sus manos.

La solución para consumir los insumos adquiridos previstos para el Tianguis Turístico entonces fue promover menús especiales para acabar con todo el inventario de productos como carnes, pescados y vegetales, con la ventaja de que todo lo que se sirve en Micaela está bajo su control, por lo que un día pueden incluir platanitos fritos con enchiladas, y al día siguiente, si se acabaron, no los anuncian más. Porque en el restaurante, además de adecuar el menú a lo que se tiene a la mano, como pasa en cualquier casa y como se acostumbraba en los tiempos de Micaela, otra de las máximas de la cocina es que nada se desperdicia. Incluso, en el área de cocina donde se muestra a los trabajadores el menú diario de su comida, también se les hace un llamado a que si no van a tomar la comida del día en el lugar, avisen, para no preparar de más. “Hay personas que darían lo que fuera por este plato de comida que tú no quieres comer sólo porque ‘NO TE GUSTA’. Mejor no te apuntes, compra tus alimentos”, dice un pizarrón en que Rebeca de Anda, la chef ejecutiva de Micaela, quien está a cargo del restaurante en ausencia de los jefes y comanda la cocina en el día a día, le pide a “sus niños” que no desperdicien, seguido de los datos que dimensionan el dispendio de comida anual en el mundo. Entre ellos, el más doloroso: 89 millones de toneladas al año es el desperdicio per cápita entre los consumidores de Europa y Norteamérica. Esa cantidad de alimento basta para dar de comer a unos

134 millones de personas en un año, un poquito más que a toda la población de México según el censo de 2020. El mundo prefiere tirar la comida a la basura que satisfacer las necesidades de uno de los diez países más poblados del mundo, el reflejo más crudo y más puntual de la desigualdad, pero también del capitalismo; o mejor dicho, de la desigualdad causada por el capitalismo.

Pero ese fue apenas el primero de varios cambios importantes. Además de los menús especiales durante dos semanas para acabar con esas reservas, a raíz del inicio de la pandemia el restaurante tuvo que adaptar su oferta tradicional a causa del inicio de la pandemia y sacar uno de los productos insignia que incluso tienen su propia sala en Micaela.

—Dejé de comprar, por ejemplo, ostiones, que es un elemental de mi restaurante. Pero no me puedo arriesgar; es algo que tiene un percedero rápido, entonces como tengo mucho movimiento de ostiones, pido y a los dos días estoy pidiendo de nuevo —justifica Vidal con un dejo de lamento en su voz.

El control del menú en Micaela es tal que incluso el chef comenta que cuando es necesario, lo imprimen prácticamente cada día; por si algo llegara a faltar, se imprime uno nuevo. Pero ni siquiera eso bastó para evitar lo inevitable: la verdadera crisis por el Covid-19.

—Después vino que nos cierran completo, sólo comida para llevar —recuerda con voz más baja que la de costumbre, para sus adentros, como intimidado por un recuerdo que en esa tarde de octubre de 2020 era probable que se pudiera repetir.

Micaela se tuvo que volver portátil

La innovación en Micaela ha sido una de sus características desde el comienzo de sus operaciones en octubre de 2018 y siguió como una práctica que crecería cada vez más a raíz de la pandemia. Innovación entendida no sólo como la capacidad de crear cosas nuevas y disruptivas, sino como una cualidad necesaria para otro criterio de supervivencia, este biologicista: la adaptación. Para Jorge Peralta, CEO de Idearia Lab, agencia especializada en la materia para la transformación de organizaciones, “la innovación es el resultado a través del cual se genera valor. No cualquier cambio es innovación. Hay cambios que no representan un valor adicional”.

En ese entendido, qué mayor valor que ofrecer ventas en un momento en que los ingresos del restaurante cayeron a muy cerca de cero, casi veinte veces menos que los registros de un año atrás. Innovar en marzo y abril de 2020 se tradujo en el paso natural a la supervivencia del negocio, aunque

era también una de las cosas que Vidal menos quería: subirse a plataformas digitales y, sobre todo, hacer envío de su comida, la comida de Micaela. No obstante, el chef tuvo que ceder.

—Si me preguntas, mi respuesta sentimental es “inooo!” —dice Vidal en un grito con su voz aguda como cuando ha perdido el control de la situación. En su hablar, el chef de Micaela pasa de un tono grave en su risa burlona a una voz más delgada cuando luce gentil. Sin embargo, el tono agudo también lo usa para citar, en este caso, a su lado más emotivo. Por eso su “no” agudo, un grito desesperado que se podría poner como audio al cuadro de Edvard Munch, pero apenas perceptible en medio del reguetón de moda que suena en El Lucero del Alba, se acerca más a lo desgarrador, pero actuado, seguido de una posición como si tratara de evitar el paso de alguien a su guarida.

A propósito de los restaurantes que más rápido se adaptaron a la “nueva normalidad” originada a raíz de la pandemia, el presidente de la Cámara Nacional de la Industria Restaurantera y de Alimentos Condimentados (Canirac) en 2020, Francisco Fernández, refería repetidamente: “los que estaban listos para el envío”.

Y sí, por un lado, las pizzerías, torterías, hamburgueserías, sushis, woks, y estos negocios donde incluso la comida estaba ya hecha para ponerse en el fondo de una mochila semicúbica, apilada junto a por lo menos tres órdenes más de lo mismo o de otros restaurantes, tuvieron mayor facilidad para adaptarse a la dinámica de envío a domicilio, que por casi tres meses fue la única en que se les permitió operar a los restaurantes en gran parte del país.

Pero por otro, también aquellos platillos que estuvieran en condiciones de “viajar bien”, ya fuera en empaques no retornables, emplayados con película de polietileno o incluso en bolsas selladas al vacío como si fueran piezas de un rompecabezas que el propio cliente armaría una vez en casa, algo así como un Lego de comida, tuvieron opciones si bien no de mantener las ventas de los restaurantes, por lo menos sí de ofrecer algunos ingresos a sus propietarios y trabajadores “mientras esto pasaba”. Pero la Covid-19 pasó más lento de lo esperado.

De acuerdo con datos de la Canirac, a julio de 2020, los envíos representaron entre 30 y 50% de las ventas de los restaurantes en 17 entidades del país, entre ellas Yucatán, mientras que sólo en nueve estados eran menos de 30%; es decir, al séptimo mes de ese año, el miedo a contraer Covid-19 al acudir a los comedores prevalecía en más de dos terceras partes del territorio nacional y para casi tres de cada cuatro mexicanos.

Sin embargo, el envío a domicilio implica un menor ingreso para cada restaurante, pues en su mayoría ofrecían el servicio a través de plataformas digitales como Uber, Rappi, DiDi Food o sus

variantes locales, negocios que al contrario de la mayoría de los sectores productivos, crecieron exponencialmente durante el primer año de la pandemia. La Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO) estimó que los primeros seis meses con el Covid-19, los servicios de envío de comida a domicilio junto con las compras a distancia de supermercados y farmacias crecieron entre 40 y 60% su demanda contra el periodo precovid, según reportó Forbes México.

Y aunque muchos restaurantes aumentaron la demanda de este servicio, la venta en plataformas tiene una enorme desventaja: el alto cobro de comisiones, que a cada negocio le suponían entre 30 y 45% de la operación según la plataforma y el acuerdo de exclusividad que se tenga con ella, presionando el margen de utilidad. En los meses de abril y mayo, las ventas totales de los restaurantes habrían caído casi en 90% a nivel nacional, según datos de la Canirac, de manera muy homogénea en cada entidad del país. Y casi era como una lectura de los datos de Micaela.

En esos meses, el PIB nacional, principal indicador de la actividad económica en México, pasó de decrecer 0.1% en el primer trimestre de 2020 a una caída de 18.7% anual en el segundo trimestre, la más pronunciada de la que se tiene registro en el país, de acuerdo con datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi). Y tuvo un fuerte impacto en el sector terciario, donde se encuentran los restaurantes, que alcanzó 16.3%. O sea, la economía mexicana se fue al carajo en ese momento y tardaría al menos unos dos años en recuperarse de esa pérdida, según pronosticaron, y más o menos atinaron, las cámaras empresariales como la Canacinfo o el Consejo Coordinador Empresarial (CCE).

En ese contexto de crisis económica a causa de la pandemia, muchas familias vieron reducidos sus salarios por parte de sus empleadores mientras que otras sencillamente perdieron su fuente de ingresos, lo que frenó en muchos casos el consumo de bienes suntuarios, entre los cuales la comida a domicilio aparecía como una de las categorías más fáciles de sustituir, por ejemplo, por la comida casera, o por opciones de menor precio a las de los restaurantes, especialmente de comida preparada por los propios vecinos, uno de los negocios emergentes en los primeros meses de la pandemia de Covid-19 surgidos incluso a raíz del desempleo causado por la pandemia. De ahí que el alto cobro de comisiones por parte de las aplicaciones resultara difícil de compensar con un ajuste en el precio final de los productos para el cliente, lo cual pareció ser la última de las opciones en un mercado donde la pérdida de empleos llevó a acrecentar la competencia en la oferta de comida a domicilio.

La chef Rebeca reconoce que el precio es lo último que se tocaría. Pero para ese momento basta saber que, a diferencia de las plataformas, cuyas ganancias crecieron exponencialmente, para los restauranteros, usar ese sistema de envío resultaba, por decir lo menos, casi improductivo en términos de dinero.

—Son muy dañinas las plataformas de Rappi y Uber, unas comisiones estúpidas, estúpidas. Ya estoy en proceso de sacarlas —dice Nacif en marzo de 2021, a un año del inicio de la pandemia—. De Rappi, tengo amistad con el gerente comercial de la zona, se acercó a mí de inmediato cuando empezó esto y la verdad me dio precios muy buenos, y ya comparando con Uber pues sí dije "Vamos". Nos tenía bien considerados. A Micaela, como restaurante que él quería tener en su plataforma —sostiene.

—¿Todavía siguen?

—Sí, pero ya no le doy impulso —afirma sentado a la barra de Micaela esta vez sin bebida de por medio un martes al mediodía—: ya no la promociono, no la publicito, ya no le digo a nadie. Si entra algo, que sea por ellos (los meseros), y lo mantengo ahorita porque no sé qué va a pasar. Estamos en la tercera ola (del Covid-19), pero ya empezó la vacunación; yo tengo mucha fe en que esta vacunación va a tener impacto en los números. Pero mientras, sí quisiera estar seguro de que las cosas van a funcionar.

Esa fue una explicación general y una queja recurrente de los empresarios de la industria para exigir la reapertura de los comedores a pesar del Covid-19: las ventas en línea no pagan los gastos, y apenas ayudan a perder menos. Porque sí, prácticamente todos los negocios que se mantuvieron en activo, salieron con pérdidas durante los periodos de cierre por la pandemia.

Y a pesar de la renuencia de Vidal, el negocio pudo más que los ideales y Micaela tuvo que empezar a mandar comida a domicilio.

—Como es un negocio que tiene un alto nivel de adaptabilidad, pues no queda de otra que volverse a adaptar y hacer los cambios y ajustes necesarios para esto —dice Vidal, con tantas palabras por delante como si tratara de llenar ese vacío que le generó adoptar esa última medida—. Nos fue muy duro, perdimos mucha lana; los primeros meses fueron una masacre, pero llegamos al punto de que nos fuimos adecuando a la nueva realidad y entramos en plataformas —admite con resignación en esa tarde de octubre de 2020.

La adaptación es parte de su vida. Un viajero permanente como Vidal, que se ha mudado más de una treintena de veces en sus entonces 37 años de vida y ha vivido en ni él sabe cuántos países, asume que el negocio no es del chef para sí, sino para sus comensales. Y por lo menos durante casi seis meses, la mayoría de sus clientes estuvieron resguardados en sus casas, por lo que esa era la principal vía para llevarles la comida de Micaela.

—Nuestra comida no es una comida de plataformas. Es una comida que está hecha para vivir la experiencia en el lugar. Entonces tuvimos que modificarla para que pueda viajar, el hacer ciertos ajustes para que la gente pueda tener el sabor, aunque no pueda tener la experiencia completa — lamenta el chef.

Micaela se lanzó con sus platillos acostumbrados al envío a domicilio a diferencia de otros restaurantes que adaptaron su menú para la ocasión, como K'u'uk, de Pedro Evia, que decidió crear un menú completamente diferente adaptado a la comida para enviar y dejar de lado por un rato su oferta gastronómica para cuando reabrieran el servicio en el comedor. El multipremiado restaurante yucateco se adaptó a las condiciones y, como reconoce su dueño, se tuvo que pagar la nómina con lo poco que se generara con las ventas a domicilio e incluso con ahorros personales, u otras fuentes como deuda, préstamos, pero siempre quedando a deber.

—Nunca se intentó ni siquiera —destaca el chef propietario, Pedro Evia—. Lo que hicimos en K'u'uk fue crear un menú que pudieras llevar a casa: paquetes de cochinita pibil, carnitas, cositas por el estilo, que la gente pudiera compartir en casa con nuestro toque, con nuestro sazón, pero nunca se intentó llevar a domicilio la gastronomía que nosotros hacemos.

Para ningún cocinero y ningún restaurante, la comida será algo menos que una experiencia, pero en el caso de Micaela, la frase se sale del cliché cuando se vive la ceremonia que acompaña el servicio, y en especial, los “cariñitos”, que incluso juntos, no basta con meterlos en una mochila y enviarlos a domicilio en una motocicleta. A decir del propio Nacif, la intención desde el inicio con el restaurante era incluso generar la discusión entre los comensales respecto a que les gustó más: si la comida, el servicio, el lugar o todo junto. Pero enviado a domicilio, los últimos tres se reducen a un solo paquete que viaja al menos 20 minutos sacudido por las dispares calles meridanas por las que pasa el motociclista que lo entrega.

La experiencia en el restaurante Micaela Mar y Leña comienza desde la recepción, con un cálido saludo por parte de la hostess y la asignación de la mesa, seguida de la presentación del mesero o la mesera que atenderá, una nueva bienvenida y las sugerencias del día. Mientras se eligen los platillos a consumir, el mesero ofrece un vaso de agua fresca a cada comensal, cortesía que se agradece en una tierra donde la temperatura promedio difícilmente baja de los 30 grados en el día y la sensación térmica se multiplica a causa de la alta concentración de humedad. Luego de tomar la orden, la espera se hace menos larga con un caldo de camarón cortesía del chef y los totopos que están en la mesa para conocer la salsa de la casa: una de color marrón picosa hecha de habanero, el ancla que recuerda que a

final de cuentas se está en Yucatán. Y sí, el caldo tiene que ser de camarón, pues como dice el propio nombre del restaurante y las memorias de Micaela, es una cocina de mar y leña.

Pero más allá de eso, en Micaela se ofrecen muchas otras cortesías que dependen, como explica Rangel, de la lectura de la mesa, como bebidas adicionales, alguna recomendación de maridaje, las sugerencias en los postres, pero, sobre todo, los limpiapaladares. Entre platillo y platillo, desde la cocina suelen mandar pequeños bocados con algún aderezo suave o un dulce ligero para evitar que el sabor de la entrada opaque al plato fuerte, o después, el de éste le reste potencia al postre. Y junto a ellos, se acompaña un “cariñito”: una tarjeta con un mensaje de amor. El amor que siempre estuvo presente en la comida y las recetas de Micaela.

Para mantener estas atenciones y de paso apoyar a sus meseros ante el cierre de los comedores, Alberto y Vidal incluso se aventuraron a ofrecer su propio servicio a domicilio sin contar con las plataformas, medida que para otros negocios parecía insostenible ante las necesidades de conseguir una flotilla. La idea en ese momento se ejecutó con la menor inversión posible: entre el staff del restaurante encontraron personas con motocicleta, quienes las pusieron al servicio del equipo de meseros que realizaba los envíos, entre ellos la de un cocinero y la del propio chef, con los riesgos que ello implicó para los vehículos. Para transportar los paquetes, consiguieron una mochila verde de una de las plataformas de envío de comida a domicilio, misma que rotaba entre los repartidores. Mientras que para promocionarlo, además de sus campañas en redes, crearon un logotipo propio con todo y eslogan de “Mesero Repartidor, un apoyo más con amor”, el cual para octubre de 2020, Alberto ya no recordaba como parte primordial de su servicio.

Sin embargo, para difundir que el restaurante seguía en operación, también se volvieron indispensables las plataformas de envío de comida: las primeras entregas al inicio de la pandemia sirvieron además como reflejo de qué negocios se mantenían en funcionamiento y cuáles habían dejado de operar por el Covid-19. Y ahí es donde se tenía que estar, admite Nacif. A fin de cuentas, como explicaba el presidente de Canirac en una conferencia de prensa en pleno inicio de la pandemia: al cliente lo que menos le importa es a quién le pague, él quiere su comida. Y en parte tuvo razón. Por ello, aparecer en las plataformas como Uber, Rappi y DiDi, aunque no se realizara un pedido al restaurante, representó la oportunidad de que potenciales consumidores vieran que Micaela seguía en activo. Y seguirá por más tiempo.

Así, en cada orden que se enviaba vía apps se daba a conocer al cliente que podía pedir sus productos directamente al restaurante, pero con un beneficio directo para los meseros, a diferencia de lo que pasaba en las plataformas.

—Se trató de buscar una manera de desarrollar una campaña que comunicara que nosotros podíamos llevar la comida hasta donde estés, y que el que lo estaba llevando era precisamente un mesero, que antes te atendía en mesa, ahora te va a atender llevándote la comida a tu casa —detalla Rangel.

Según el gerente, Nacif implementó una comisión por envío para cada repartidor de 35 pesos, lo cual, al repartirse a partes iguales con los cocineros, suponía que con unos seis o siete envíos se ganaba al menos unos 100 pesos por día, casi el salario mínimo vigente en el país en ese año, de 123.22 pesos. Ello ayudó a contener, aunque sea un poco, la pérdida de ingresos de los empleados al no tener clientes en comedor, pero estaba todavía muy alejado de los ingresos que podían percibir antes de la pandemia de Covid-19.

—Entre los tres, sí hubo días de 15 pesos cada quien, de diez pesos y la gasolina. Lo máximo que llegamos a sacar fueron creo que 200 pesos para cada quien, pero algo es algo a no hacer nada —recuerda el mesero Luis, Luisito como lo llaman sus compañeros, a un año de distancia de esta experiencia en marzo de 2021.

—¿Les daban propina?

—Había personas que no. Había los que te daban 20 pesos, 15 pesos. Sí hubo algunas ocasiones que nos dijeron “toma, ponte el 10%”. Pero ya después comenzamos a cobrar entre 20 pesos y 35 antes del Periférico; y Cholul, Umán y más allá de Periférico, cobrábamos 45 pesos. Ya era de nosotros y una parte era de la gasolina, pero también acá nos daban ayuda de la gasolina, hasta eso— sostiene.

El mesero, de 33 años y con dos décadas dedicado al servicio en mesa, fue además la imagen en redes de la campaña de los meseros repartidores. Un día de agosto de 2020, en la cuenta de Instagram de Micaela se publicó la imagen de un sonriente Luis ataviado con el casco negro con vivos anaranjados a la puerta de Micaela, con la mochila poliédrica verde claro a la espalda y un vaso de unicef de un litro asegurado en un costado, mientras el joven saludaba a la cámara con una sonrisa.

—No fue de que “Vas a ser la imagen”; nada más me dijeron “sonríe”, y ya. Creo que ni el cubrebocas tenía, porque así salí— cuenta sentado a la barra de Micaela una tarde de marzo de 2021.

La imprevista fotografía representó un símil de la inesperada irrupción de la pandemia que derivó en la necesidad de que los meseros salieran a entregar los paquetes de comida. En la reunión del 19 de marzo de 2020, ya con el comedor cerrado, se organizó a la plantilla para lograr este cometido. Y si bien tanto él como Óscar, otro de los meseros repartidores, sabían moverse en moto, el

reparto de comida ofrecía desafíos adicionales, como el cuidado de la ruta para evitar las sacudidas en el vehículo; la exposición constante al calor, en especial a la hora del almuerzo bajo el sol del mediodía meridano, así como la pérdida de visibilidad que causa la enorme mochila en la espalda.

La situación se complicó en el periodo de verano, cuando además en Yucatán, y en general, en toda la Península se enfrentaron a la mayor temporada de huracanes en la historia del océano Atlántico hasta entonces, y que le dejó a Mérida y al Caribe mexicano prácticamente dos semanas seguidas de lluvia en junio de 2020, donde la desgracia y los obstáculos parecían ser los que definirían el año.

—Cuando nos agarró la lluvia, una semana, diez días, no me acuerdo, el centro se inunda, y que se te apague la moto es algo muy complicado. Un amigo llevó su carro y se le echó a perder. Una vez estaba la lluvia fuerte, se llevó un pedido. “No hay problema, yo lo llevo en mi carro”, dijo. Y que se le quedó tirado allá; salió más caro ese viaje (que lo pagado por el envío) —recuerda Luisito sobre la experiencia de entregar comida en medio de muchas crisis adicionales, ya no sólo la sanitaria.

¿Por qué tanta renuencia al envío a domicilio de la comida de Micaela?

La pandemia cambió no sólo la demanda de los envíos de comida, sino también las prioridades de los restaurantes. Si bien antes había conceptos para consumo en el local, otros para el envío y algunos cuantos eran híbridos, entonces todos los negocios de alimentos tuvieron que apostar por lo menos a esta variable en lo que se definía cómo cambiaría la convivencia entre las personas y las restricciones que llegaron durante los primeros tres meses de la pandemia de Covid-19 y que siguieron varios meses después, aunque con menos exigencia.

A mediados de 2020, el empresario restaurantero George Diamandopoulos lanzó un fondo para invertir en restaurantes afectados por la pandemia y asesorarlos para su recuperación y eventual crecimiento, mismo que entre las características para la decisión final evaluaba el nivel de integración que tuvieran para el envío a domicilio, especialmente con las plataformas digitales.

—Muchas de las plataformas de terceros convierten los servicios en muy caros. También hay un problema grave en el control limitado de la experiencia que el restaurante puede entregar al comensal. Tener una integración mayor a la plataforma de envíos es muy importante. Estamos investigando la mejor manera de hacerlo —resaltó en una entrevista para Forbes México.

Esta integración resultó vital, pues a decir de David Brindis, gerente del restaurante Teya Viva y exalumno de Vidal y Alberto, el manejo que los operadores de las plataformas al producto se sale por completo de su control.

—Es un tema complicado porque nosotros no controlamos como tal el platillo. Yo lo puedo entregar muy bien en su bolsa, con una presentación, en empaque ecológico y todo lo que tú quieras ¿no? — expone el restaurantero—. Pero al final viene el de Uber o Rappi y lo choca en su mochila. Ya no depende de ti, pues es el riesgo que asumes al trabajar con esas personas. Nos ha pasado que vienen por un pedido bueno o grande y se lo quieren llevar todo en la mochilita que tienen, y ya como cliente te llega terrible. Y al final, la que queda mal es la marca, no la plataforma; la plataforma sólo es un vínculo —dice el gerente del restaurante en Paseo 60, una de las nuevas plazas comerciales de Mérida, en una entrevista en octubre de 2020.

A esas alturas de la pandemia, a pesar de que se había permitido la reapertura en varias entidades, no contar con un sistema de envío a domicilio, sea cual fuese, era no sólo una limitante, sino algo impensable. Sin embargo, la ubicación condicionó los patrones de consumo debido a las sugerencias de las propias apps, que siempre priorizan lo más cercano, y al menor tiempo de espera en el envío de alimentos.

En el caso de Mérida, la ciudad tiene una división muy marcada entre las residencias de las familias de altos ingresos y poder adquisitivo que viven al norte de la capital y en los fraccionamientos al norte y oriente más allá del periférico de la ciudad; el centro con algunas casas desocupadas y mayor concentración de adultos mayores y muchos extranjeros, y el sur, el oriente y el surponiente, donde habitan las familias de menores ingresos. Antes de la pandemia, esta clasificación se mantenía como un referente en términos inmobiliarios, pero cobró mayor relevancia para la industria restaurantera a partir del llamado a permanecer en casa por parte de las autoridades, junto a las restricciones a la movilidad para la población.

Carlos Martínez, además habitante de Mérida de toda la vida, considera que una de las actividades predilectas de muchas familias meridianas, como la suya, solía ser salir a pasear en el centro de la ciudad, donde se encuentra no sólo uno de los puntos restauranteros más grandes de Mérida, como el parque de Santa Lucía, sino también museos, iglesias, cantinas, teatros y tantas otras formas de entretenimiento fuera de casa.

Sin embargo, no era el único polo gastronómico. Al norte se ubica Harbor, uno de los nuevos centros comerciales de la ciudad inaugurado hacia finales de 2018, donde se alojan varios restaurantes

a la orilla de un lago artificial vecino de uno de los nuevos fraccionamientos de lujo: Vía Montejo, y a pocos metros de Plaza Galerías, con diversas opciones gastronómicas, en su mayoría de comida rápida y de cadenas. Del mismo modo, a las afueras de la ciudad hacia el nororiente está La Isla, otra plaza contemporánea de Harbor donde también se ubican varios restaurantes de gama alta, para el perfil de las familias del norte de la capital yucateca.

Antes de la pandemia, la distancia no era un problema mayor, pues a cualquier punto de Mérida se llegaba en menos de media hora en automóvil. Pero con las restricciones de movilidad, el sentido del espacio en la ciudad cambió, y la distancia se volvió más significativa. Si bien las aplicaciones de envío permiten comprar productos y recibirlos en casa desde prácticamente cualquier parte de la ciudad, las primeras sugerencias siempre son de los establecimientos más cercanos, porque tardarán menos en llegar al domicilio. Entonces, para los clientes habituales de Micaela, el restaurante aparecía poco más allá de la zona de envío rápido, a entre 30 y 40 minutos contando además el tiempo de preparación, lo cual en cuestiones de combatir el hambre, puede parecer mucho tiempo.

—Los seis primeros puntos importantes de un restaurante son la ubicación. Los seis completos, ubicación, ubicación, ubicación... —dice Nacif cuando explica que la calle elegida para Micaela estaba en una posición céntrica aunque no precisamente en el centro, y en medio de una transformación hacia un nuevo polo restaurantero que para 2023 terminó con la construcción de un corredor gastronómico como parte de una inversión pública del estado. Aunque antes, cuando empezó todo esto, las cosas no eran así—. Al principio yo no estaba muy convencido, la calle así, medio alejada del centro, sola. En la esquina además en ese momento, al lado de nosotros estaba la “Carlota”, que era un prostíbulo, del otro lado, cruzando la calle. Era un bar de chicas. Entonces como que de la calle yo tenía mis dudas, pero una vez que pude estar dentro de la casa, sentí: “este es el lugar” —rememora el sommelier.

Si en un inicio la localización del restaurante era uno de los fuertes del negocio, con la pandemia se convirtió en algo así como un pequeño obstáculo más dentro del ya de por sí complejo escenario que se formó en 2020. Y ante este, no hubo mucho que hacer más que confiar en la lealtad de sus clientes.

Si los clientes no van al restaurante... Micaela va a tu casa

Entre los múltiples experimentos que realizaron para seguir ofreciendo la comida de Micaela a sus clientes habituales y también para seguir generando ingresos, se probó una forma más de llevar la

experiencia a domicilio. Por ello, otro cambio que probaron fue la de acercar a los chefs con sus comensales. Pero ¿cómo enviar la experiencia completa?

—Cuando tú vas a un restaurante de sushi siempre te llega la salsa de soya, los palillos, cosas que hacen que el lugar sea ‘el lugar’ —compara la chef Rebeca—. Entonces, agarrar las cosas que nos hacen a nosotros ser nosotros y darles un toque, buscar dar el más. Hay platos que son muy únicos que sabemos que deben tener instrucciones; cuando mandamos el crudo de atún, mandamos una notita que dice “Mézclame para disfrutarme mejor”; cuando mandamos el pulpo a la leña, va una notita que dice “Un poquito de tersa, un poquito de camote y un poquito de pulpo hacen el bocado perfecto”.

El crudo, que en el menú de Micaela se dice que es el favorito del chef, aunque Vidal a veces parece apuntar a otras propuestas, es un ceviche de atún con diversos aderezos que incluye hojuelas de almendra y que se marina sólo por 10 minutos en una mezcla de jugo de limón, aceite y condimentos, lo cual lo haría perder su calidad en un envío que oscila entre los 30 y los 45 minutos una vez que sale de la cocina.

Por ello, a propuesta del propio Vidal, se planteó enviarlo en una versión para armar a domicilio, en bolsas selladas al vacío para que una vez entregado, el comensal pudiera prepararlo con la guía del chef mediante un pequeño video con las instrucciones paso a paso para lograrlo igual que en el restaurante. El del crudo fue apenas la primera de cuatro entregas para compartir no sólo la comida, sino también el conocimiento desde la cocina de Micaela.

—Les llegaba todo por separado y en su casa lo podían preparar. Ese tipo de cosas fue a marchas forzadas. Tenías que reinventarte —sostiene el chef Vidal.

En el video de unos tres minutos y medio que se subió al canal de YouTube de Micaela, un Vidal que titubea un poco, reflejo de los nervios de que se trata de sus primeras veces haciendo un tutorial frente a una cámara que ni los casi quince años al frente de grupos de alumnos ni las experiencias de servir a la realeza en Mónaco le han quitado, abre los paquetes con los ingredientes y los dispone para prepararlos sobre una tabla de picar. Mientras describe cómo se marina el atún con la salsa de soya, el limón y el aceite, e integra los ingredientes frescos que colocará sin revolverlos con el poro frito encima de la carne después de acomodarla sobre una cama de ajoblanco sevillano, Vidal comparte su visión sobre la cocina mientras coloca uno a uno seis trozos de la proteína ya sazonada sobre el plato.

—La idea es que lo acomodemos bonito. Siempre que trabajamos en una cocina, hacemos las cosas bonitas, porque lo estamos haciendo con el corazón. Ese es el chiste —afirma el chef, como si

parafraseara el eslogan de Micaela, escrito en el letrero de casi medio metro de alto sobre la pared frente a la puerta de entrada: “Son pa’l corazón”. —Esos momentitos que le estás trabajando aquí, se los estás dedicando a la persona que le estás cocinando —agrega, ataviado como casi siempre con filipina negra, desde la pantalla. Pero esa fue sólo la primera manera de tratar de replicar la experiencia de Micaela en casa.

Además se puso a prueba otro experimento durante el verano. Es costumbre que las familias que tienen una casa en las playas cerca de Mérida, como Progreso, Chuburná, Uaymitún, Chelem o Telchac, en la costa norte de Yucatán, pasen los meses de junio a agosto en esos espacios de descanso. A la par, la pandemia sirvió de oportunidad para trabajar a distancia en muchos casos, por lo que quienes tuvieron la chance, migraron a esos destinos para vivir la temporada de mayores temperaturas cerca del mar. Pero lejos de Micaela. Ese perfil coincidió con varios clientes del restaurante, lo que se notó de inmediato en las ventas. Vidal insiste en que para ese momento, hacia el inicio del tercer trimestre del año, las ventas estaban en máximo el 10%, el doble que al inicio de la pandemia pero aún muy por debajo del año anterior. Ante ello, los dueños del restaurante idearon un plan que quedó para la anécdota para los ingresos de la caja: por dos fines de semana, Micaela ubicó su cocina en las playas de Telchac y Progreso para estar más cerca de sus invitados. Sin embargo, el proyecto tuvo pobres resultados.

—No fue un boom como se esperaba —explica la chef Rebeca—. Fue un proyecto que se abrió, pero no se logró ejecutar por completo porque la gente en la playa como que no visualizaba mucho el comer (nuestra comida). Porque a veces estás en la costa y ya sabes qué quieres comer, ¿no? Lo más difícil de eso fue proyectar a Micaela hacia allá, se apertura mucho la línea de pedidos a Micaela. En la playa fue muy complejo. Y se habló y se habló y no fue fácil —sentencia. Se trató de un cambio, pero que al final no fue innovador, pues no generó mayor valor para la marca.

Otro experimento significativo fue el día que llevaron un servicio de catering a domicilio. En septiembre de 2020, con el comedor abierto aún al 25%, el señor Carlos, uno de los clientes recurrentes del restaurante, le pidió a Rangel un servicio especial para el cumpleaños 40 de su esposa.

—Me gustaría que ustedes vayan a cocinar a mi casa —le dijo el señor Carlos.

—Nunca hemos dado ese servicio —reviró el gerente, como para disuadirlo.

—Sería la primera vez y así sirve que le practican. Y yo me meto a cocinar con ustedes —le insistió a Rangel.

Rebeca recuerda que fue tal la tenacidad del cliente aquella ocasión, que Rangel accedió. Micaela salió de su cocina en el centro de Yucatán y se llevó con ella a cuatro de ‘sus niños’: Rebeca, Sam y Rodrigo en cocina, y Rangel, en servicio. La cita fue la tarde de un viernes de mediados de septiembre de 2020 en el Yucatán Country Club, un lujoso fraccionamiento a unos veintiún kilómetros del restaurante. Salieron poco antes de las cinco y media para llegar a las seis al encuentro en casa del señor Carlos.

—Llegamos a toda una residencia donde prácticamente tenían todo para cocinar —recuerda Rangel—. La experiencia fue, pues, maravillosa porque nos dimos cuenta de lo que podríamos hacer, que sería otro canal de ventas: los eventos de catering. Y vimos cómo hacerlo porque la logística es diferente, no había tenido yo esa experiencia. Obviamente allá improvisamos unas cosas. Pero nos sirvió muchísimo, pudimos aportarle una buena venta al restaurante, porque fue para 17 personas; estuvo grandecito.

El menú se compuso de varios de los platillos estelares de Micaela: crudo de atún, pulpo a la leña, arroz cremoso y cacao de postre, además de *short rib* con mole de ceniza, gorditas de chamorro negro y meteorito como postre adicional, y un coctel para todos los comensales. Para completar la experiencia de Micaela, llevaron también caldo de camarón como entrada. Y fue justo ahí donde estuvo uno de los primeros desafíos: si bien Rangel llevó los vasitos con que lo ofrecen en el restaurante, no tenía una jarra adecuada para servirlo y hacerlo con cucharón en recipientes como en los pequeños jarritos de peltre en los que se sirve era más complicado. Pero afortunadamente, el señor Carlos contaba con el traste indicado.

Luego el servicio padeció también la falta de otros elementos del *mise en place* (la disposición del servicio antes de que se sirvan los alimentos, como el orden de los cubiertos, las servilletas, la colocación de los platos y lo que se necesite desde la cocina), como que en la casa no había cuchillos fileteros y cucharitas para el postre, cosas que al final se pudieron subsanar con otros enseres que había en la casa del señor Carlos. Entonces apareció el verdadero problema y que no se pudo resolver del todo: no llevaron hielo.

—El hielo tubular —lamenta Rangel—. Él tenía una máquina de hielo, pero llevaba hielo pequeñito. Cuando tú preparas cocteles, tienes que ponerle mucho, parece granizado, pero se deshacía rápido —recuenta Rangel, sentado en el *lobby* de Micaela con las manos entrecruzadas.

Esa primera y por ahora única experiencia sirvió para que el equipo tomara conciencia de lo que necesita para ofrecer este servicio, por si se volvía a requerir. Y aunque no ha habido una segunda

vez hasta 2023, al menos se llenaron de valiosas lecciones y medidas de prevención para casos tan inusuales.

—Fue salir de la zona de confort, porque llegamos a un lugar que no conocíamos, adecuarnos a ese lugar, estar al pendiente de muchos detalles donde no tienes a la mano todo, tienes que poner tu equipo. Además, con el cubrebocas, la careta, todo lo que eso implica. Es complicado comunicarse con la gente —comenta Rangel, listando además los aditamentos que les obligaron a usar como medida sanitaria durante la pandemia.

Al término de la cena, cerca de las once de la noche, ya con el toque de queda encima vigente entonces para la ciudad de Mérida con tope a las diez de la noche, Rangel y Rebeca tuvieron que regresar como pudieron a sus casas, cargados además con el equipo, la comida sobrante y los utensilios empleados durante la cena. Los otros dos chicos de la cocina se quitaron antes, cerca de las diez, para llegar sin mayor contratiempo, mientras la chef y el gerente se quedaron como responsables hasta el final. Por ello, tuvieron que ingeniárselas para volver primero a la casa de ella y luego a la de él, a donde llegó después de la una de la mañana. Pero no a dormir, sino todavía a guardar insumos en el congelador para preservarlos y llevarlos de vuelta al restaurante al día siguiente.

—Los que quedamos atorados fuimos nosotros dos, pero somos los responsables. Pero bueno, se resolvió y estuvo bien. Así se tenía que haber decidido. Nosotros quedamos muy contentos de lo que habíamos hecho, todos felices. Y la gente, pues más todavía —concluye Rangel.

Barrigas llenas y corazones contentos. Micaela había cumplido su meta incluso fuera de su propia casa.

La Monchería y los otros negocios de Micaela

A la par del envío de las pocas órdenes que llegaban a Micaela, los dueños del restaurante buscaron otra manera de generar aunque sea unas pocas ventas adicionales y de paso darle algo en qué ocuparse a su personal: habilitaron un negocio de cocina fantasma o *dark kitchen*. Ante la necesidad de mover productos y aprovechar unas instalaciones en funcionamiento, Alberto y Vidal crearon La Monchería, un restaurante fantasma de hamburguesas, sándwiches, bagels y molletes así como acompañamientos de papas y aros de cebolla para un bocado de mediodía o la tarde en un primer momento y posteriormente hasta sumaron molletes para el desayuno.

En el mundo, de acuerdo con la revista mexicana *Expansión*, Uber Eats reportó la aparición en 2020 de más de seis mil nuevos restaurantes de este tipo basados en el modelo de la *dark kitchen*, un

giro de negocio que contuvo su alza en 2021 y que incluso vio a varios soldados caídos ante el regreso a la normalidad en el servicio de los restaurantes para los años siguientes. A este modelo se sumaron no sólo restaurantes locales y cocinas caseras habilitadas como tales, sino incluso las grandes cadenas como Alsea, operadora en México de Starbucks, y restaurantes como El Portón y Vips ofrecieron sus cocinas para negocios sin sede física y que sólo enviaban comida a domicilio, según reportó Forbes México.

Con un horario de servicio primero de doce y media a nueve y media de la noche y, luego de la reapertura del comedor de Micaela, de ocho de la mañana a seis de la tarde, el concepto era completamente pandémico: nativo digital, no tenía sede ni servicio en el local y estaba listo para enviar sus productos a través de plataformas desde su primer día, a diferencia del restaurante de la nana. La apuesta por este tipo de comida se debió a la facilidad para mover este producto en dos sentidos: la demanda es mayor por ser comida muy práctica y de precio más accesible, y su transportación es relativamente sencilla.

La cuenta de Facebook de La Monchería comenzó a promocionar el negocio emergente el 29 de abril de 2020, apenas un mes después del inicio de la emergencia sanitaria, con productos que iban de los 69 pesos a paquetes de hasta 150 pesos, y con envíos en el interior del periférico de Mérida. Aunque su actividad de promoción y también su funcionamiento terminó ocho meses después, con el cambio de año y la esperanza de que no hiciera más falta una cocina fantasma. De acuerdo con los propietarios, si las ventas de Micaela cayeron a entre 5 y 7% respecto a lo que registraron antes de la pandemia, La Monchería les brindaba esos dos puntos porcentuales adicionales. Y si bien parece no ser muy significativo, en ese momento fue casi un tercio de los ingresos totales del restaurante.

—La Monchería ayudó. Hay una ventita agradable que es poquito, pero es algo —sostiene Vidal al hablar de su aventura pasajera.

Para despistar, aunque los productos se preparaban en la misma cocina de Micaela, las entregas se hacían al final de la calle 52, lateral a la puerta principal de Micaela, donde los cocineros se encontraban con los repartidores. Aunque con el paso del tiempo y la reducción de las restricciones sanitarias para operar, y la consecuente alza de las ventas de Micaela, especialmente en el comedor, bajaron los pedidos a domicilio de La Monchería, lo que permitió ocasionalmente que los repartidores entraran por los encargos por la puerta principal del restaurante. Así fue que La Monchería pasó de ser el secreto mejor guardado de Micaela a un mero juego entre los propios dueños de la empresa.

La idea en ese momento no resultó del todo ajena a los planes que alguna vez pasaron por las cabezas de Alberto y Vidal. Pero sí ajena a Micaela. Si bien no tiene nada de malo que un restaurante agregue elementos a su oferta, la asociación entre este y la antojería a domicilio podría perjudicar a ambos negocios, consideró en su momento Vidal, por lo que se buscó ocultar esta relación.

—Íbamos a lastimar a las dos empresas. Cuando llegara la comida de La Monchería, si la gente sabía que era de Micaela, automáticamente la iba a comparar, pero no es comparable porque no estás en el rango de precios. Entonces no puedes comparar un plato de 350 pesos con un plato de 100 pesos. No lo puedes comparar, pero la gente lo iba a hacer y también viceversa. Preferimos dejarlos separados y la ventaja es que tenemos la maquinaria que lo está trabajando.

Así como la leyenda de Micaela con Bartolomé, el restaurante también tuvo durante la pandemia un hijo secreto, pero a este tardó más en reconocerlo.

A la par del inicio de las restricciones sanitarias, los trabajadores del restaurante tuvieron que ingeniárselas para mantenerse ocupados y buscar algunos ingresos extra ante la baja demanda de clientes por la pandemia, lo que causó mucha frustración en todos ellos, sumado a la desesperación e impotencia que sintieron por acudir al restaurante y no tener realmente qué hacer.

—Nos pusieron a hacer limpieza, tratábamos de estar ocupados. Pero había días en que sólo veníamos a perder el tiempo —reprochó en octubre de 2020 Sam, cocinero encargado de la parrilla, consciente de que si bien tenía un puesto de trabajo y una promesa de sueldo, quizás estar en otra actividad le habría dado mejores dividendos, no sólo económicos, sino a nivel personal.

Entonces, al interior del grupo tuvieron la iniciativa de crear un colectivo entre los chicos de cocina, llamado Calpulli, con el que entre todos ofrecieron productos que se pudieran vender y que fabricaran o prepararan ellos y sus familias.

—Fue de “Yo hago tortas de cochinita”, “En mi casa, mi mamá hace tejido”, “Mi familia hace esto”. Y entre todos ellos empezaron a tejer juntos la idea y empezaron a vender aguas frescas en frente de Micaela en las mañanas para generar un poquito de ingresos —relata Nacif.

Luisito, uno de los meseros, que tuvo que convertirse en repartidor e integrante del colectivo, cuenta que entre sus amigos se unieron para vender aguas de sabor, o jugos como les llaman en Yucatán, no sólo afuera del restaurante. Aprovechando que tenían las motos para repartir, se alejaban de la zona del restaurante, por donde pasa una ruta de camión y avanzaban más allá de la entrada del establecimiento por las calles aledañas para ofrecer el producto.

—Jugos de temporada: pitahaya, carambolo, mandarina; puros cítricos. Nos dividimos: uno hacía las compras, él traía los insumos y acá preparábamos los jugos; nos prestaban acá la cámara fría para conservarlos, nos prestaron todos los utensilios; teníamos el extractor, nos prestaban la máquina de vacío para conservar todas las pulpas, porque les sacábamos toda la pulpa, los concentrados, para luego hacer los jugos —cuenta el mesero.

—¿Les dejaba más ingresos que repartir?

—La verdad sí, hubo un momento en que nos daba más que repartir. Sin embargo, los que nos quedamos, éramos tres: Óscar; un compañero que ya no está, que abrió su negocio de tortas; y yo. Aun así le seguíamos cayendo a la repartición y pues dividíamos. Porque uno llegaba temprano, veía lo de los jugos y salía a vender, luego llegaba otro, se quedaban los dos y uno se quedaba en la noche. Pero aun así, lo poco que cayera se dividía entre los tres —explica Luisito.

Para Rangel, esta es una de las enseñanzas de Micaela, no sólo por la iniciativa para hacer algo en momentos de crisis, sino también por el compañerismo entre los miembros del equipo y la búsqueda de soluciones que generaran valor. Innovación. La de las aguas fue una de las iniciativas que se tomaron para obtener ingresos y no tener que dejar el restaurante en busca de otro empleo, pero también hubo propuestas que buscaron apoyar al propio negocio.

—¿Por qué no lavamos carros aquí en el estacionamiento para generar algo para el restaurante? —cuenta Rangel que propusieron los chicos del equipo entre esas medidas—. Ellos mismos te empiezan a empujar: “Oye, vamos a vender aguas para generar algo del dinero para nosotros y para mantenernos en Micaela”. Cuando vimos eso, yo dije “Wow”, estamos en el camino. Fue un golpe y una enseñanza muy grande, porque eso nos dijo estamos en el camino de lo que queremos.

Micaela reabrió sus puertas

Tarde de sábado de octubre de 2020. En el salón de corazones de Micaela, una pareja saluda a la distancia primero a Alberto y luego a Vidal.

—Es don Pedro —le dice al oído Rangel a Nacif, sentado a la barra en el salón contiguo al salón principal del restaurante.

Entonces, Alberto deja sobre la barra el vasito ancho de menos de cinco centímetros de altura como de veladora con todo y su cruz al fondo y camina desde la comodidad de su asiento para saludar a sus clientes frecuentes, con una orden saliendo cada minuto o cada dos, con todos los meseros y cocineros a prisa, pero no como antes, como siempre.

Son antes de las tres. En unas horas llegarán más clientes, y en Micaela se atenderán al mismo tiempo a 70 o hasta 80 personas, pero la noche es a esta fecha más corta que antes. Y de lo que será un año más tarde. Si el horario del restaurante alcanzaba la medianoche y hasta las dos de la mañana los fines de semana antes de la pandemia de Covid-19, este sábado 31 de octubre de 2020 podrán terminar máximo a las diez. Y el mayor problema no es ese: la cocina cortará servicio casi una hora antes para cerrar a tiempo. Y la barra, peor: tendrá que suspender servicio a las ocho y media de la noche, noventa minutos antes del cierre del negocio.

Pero los primeros días de la reapertura tras el inicio de la pandemia fueron aún más restrictivos. Los comedores de los restaurantes reabrieron sus puertas en Yucatán a partir del 8 de junio de 2020, luego de que empresarios en conjunto con las autoridades locales y nacionales de Turismo y Salud acordaron los protocolos para retomar las actividades ‘con precaución’, como el llamado Mesa Segura promovido por el gobierno federal, una colección de medidas que debía implementar la industria restaurantera en todo el país para operar a pesar del Covid-19: uso de cubrebocas para todos los comensales al ingreso al restaurante y al estar lejos de la mesa, reducción de aforo a sólo el 25% y ocupación máxima de cuatro personas por mesa y sin la opción de compartir platillos (lo que afectó uno de los principios de Micaela que Vidal siempre defiende). También se exigió la toma de temperatura y sanitización de manos y pies al entrar, así como la llamada sana distancia, de al menos 1.5 metros entre una mesa y otra. Además, el personal tenía que contar con sus propio equipo de protección, como cubrebocas y careta para atender al público, así como guantes o limpieza constante de manos con gel sanitizante; todo ello incrementó los costos operativos, según estimó la Canirac entre 10 y 15%.

Además se incluyeron procesos de desinfección y limpieza de las mesas, sillas y otros puntos de contacto como barandales y manijas, tras la salida de los comensales, que derivó, en el caso de Micaela, en la creación de un nuevo puesto, llamado *bedel*, quien se dedicó el primer par de meses específicamente a esa tarea, pues entonces se pensaba que podrían causar una contaminación cruzada y la propagación del virus. Cosa que después quedó claro que no era así, sino que el contagio requería de exponerse a una persona enferma a poca distancia.

También implementaron la reservación obligatoria para asistir al restaurante. Si bien a diferencia de la industria hotelera, la gastronómica dependía un poco menos de los *walk-ins* o de los transeúntes que decidieran ingresar al pasar por el lugar, esta acción en sí misma suponía sumar un paso adicional a una cada vez más burocratizada salida a comer.

A ello se sumaron medidas que impuso el gobierno de Yucatán y que golpearon fuertemente las finanzas y la operación de los restaurantes. Inicialmente, las medidas permitieron la operación de los restaurantes sólo de lunes a viernes y con horario recortado a las nueve de la noche, con apego a los protocolos sanitarios, y sin venta de bebidas alcohólicas, que son uno de los principales impulsores de ganancias del sector. En su libro *La Fisiología del Gusto*, el político y filósofo francés Jean Anthelme Brillat-Savarin plantea que las utilidades de estos negocios desde sus inicios se establecieron entre el 25 y 30%. Si el margen de la comida es de un 20 o 30%, el de las bebidas con contenido etílico es de 40% o más. Es decir, la ganancia real está en la cerveza, los vinos y el tequila más que en el *pato à l'orange* o la *soupe a l'oignon*.

A la par, en Yucatán se fijó como hora límite para estar en la calle las diez y media de la noche. Y si bien, esto permitió que hubiera un poco de clientes en los restaurantes, sobre todo en las noches, en conjunto fue insuficiente para ayudar a recuperar las ganancias de la industria estatal. Los representantes del sector reclamaron por estas medidas, pues si bien los ciudadanos ya tenían más libertades para salir a la calle e intentar retomar sus actividades como antes de la pandemia, las ventas de los restaurantes entre semana siempre son menores que los fines de semana, y la limitación para operar en sábado y domingo no contribuyó a mejorar los resultados.

Entonces, como gremio, negociaron con otros sectores productivos, entre ellos la industria de la construcción, y le cambiaron los días que el gobierno les concedía para operar con el fin de reducir la cantidad de personas en la calle y el transporte público: los constructores descansarían el sábado a cambio de que los restaurantes cerraran los lunes. Así, la industria de alimentos y bebidas preparadas tendría al menos un día del fin de semana para trabajar. La medida se adoptó a partir de julio, aunque con el mismo aforo limitado a 25% y aún sin venta de alcohol. Esta regresó apenas recién entrado octubre de 2020, pero con restricciones. De martes a jueves se permitió hasta el cierre, que se extendió a las diez de la noche, pero los viernes, sábados y domingos las barras tenían que dejar de servir a las ocho y media para prevenir que los comensales ‘agarraran la fiesta’, critica Nacif.

—¿Qué tanto pesa que cierren la barra hora y media antes?

—Como negocio, pesa un chingo —dice Vidal, con el segundo mezcal en la mano.

—Pesa un chingo —secunda Nacif antes de irse a saludar a don Pedro y su familia, y dejar el vasito con Júrame, un mezcal de maguey salmiana potosino premiado internacionalmente, de selección suya para Micaela, sobre la barra—. Es más, yo te diría que esos cuatro días, cinco días (sólo de alcohol) equivalen casi a un día de venta de lunes y martes que es baja. Esas dos horas y dos horas

diarias acumuladas por la noche pesan, porque es cuando ya estás... —explica el sommelier mientras gira la cara de un lado a otro para insinuar el mareo, o, como dicen las mamás, con algunas cucharadas de más.

—Es como ahorita —compara Vidal— que ya tenemos dos mezcaltitos encima y que nos traigan la cuenta. Si estuviéramos chupando bien y tal, quieres otros dos y ya hasta luego —agrega a la par que lanza un aplauso resolutivo—. O sea, yo pediría otro sin pedos —completa— y algo de comer al centro para estar picando y todo... Y te dicen “ya no puedo”. “¡Putá...!, pues tráeme la cuenta y chinga a tu madre” —dice y ríe mientras baja la mano firme sobre la barra pero evita dar el manotazo—. Sí, porque la mentada de madre viene incluida —concluye el chef con otra risotada.

Aquel sábado de octubre de 2020 apenas habían pasado siete meses desde que comenzó la pandemia de Covid-19, pero a decir de Vidal, Micaela había llegado ya a su límite para seguir operando en condiciones de lo que se llamó la “nueva normalidad”, o para los dueños del restaurante, perdiendo lo menos posible. Si bien justo ese mes se cerró con los números neutrales y el fin de año llegó con resultados en terreno similar, las cosas entonces se mantenían en suspenso. La probabilidad de un nuevo cierre total como ocurrió a mediados de 2020 no los dejó descansar del todo. Afortunadamente, este nunca llegó.

Pero eso, las peripecias; las altas y las bajas; tener que cambiar toda la operación de un día para otro; dejar que la gente se fuera y que volviera quien quisiera seguir; dotarlos de equipo de protección para atender y servir; adaptar algunos platillos pensados y hechos para servirse para compartir a porciones individuales; quitar otros que tenían poca venta; conseguir nuevos clientes mediante la venta en línea y especialmente a través de apps de entrega a domicilio, e incluso, lanzar otro restaurante adicional que pudiera ayudar a optimizar los recursos, todo eso es a lo que se refiere Vidal: una ola de decisiones impensadas, pero que tuvieron que ser realidad. Ese 2020, para él, para Micaela y también para el mundo entero, resultó un viajezote. Y con el año nuevo, el periplo no terminó por completo.

El futuro de Micaela y de sus niños estaba en riesgo

Nacif sostiene que el plan original para el retorno de inversión de Micaela Mar y Leña era de siete años. En ese periodo se habrían terminado de pagar las deudas generadas por la apertura del negocio (baste recordar la remodelación de la casa o la adecuación de las instalaciones nada más para comenzar). Era. Después de la pandemia, no se sabe a ciencia cierta, pues los resultados de 2020 extenderán entre uno y dos años su cumplimiento. Es decir, que si el restaurante comenzó a operar en

octubre de 2018, la idea era terminar de pagar la inversión a finales de 2025. Pero tras el impacto del Covid-19, la mayoría de los planes a mediano plazo estaban fuera de control, por lo que, al menos, ese pendiente se extenderá hasta 2026. En abril de 2021, Alberto reconoció que aún no había ingresos suficientes para retomar la amortización de la inversión inicial, pero para el año siguiente, las cosas pintaban mucho mejor. Tanto, que un año más tarde, en Micaela se volvió a hablar de los proyectos de expansión y, al menos, el plan de abrir el bar secreto de Bartolomé había vuelto a su curso a mediados de 2023, con miras a concretarse para el último trimestre de ese año.

Pero durante varios meses, los dueños de Micaela y toda la industria restaurantera en general vivieron en absoluta incertidumbre. Licenciado en Administración de Empresas Turísticas por el Tecnológico de Oaxaca, Alberto Nacif es la cabeza que gestiona la parte financiera del negocio y quien tuvo que lidiar con las presiones internas y externas ante la enorme crisis que vivieron los primeros meses de la pandemia.

Tras el cierre del comedor del restaurante a finales de marzo de 2020, para junio de ese año, el anuncio de la reapertura de los comedores en Yucatán llenó de esperanza al entonces desangelado y disminuido equipo de Micaela, que lentamente comenzó a ver mayor movimiento. Ya entrado agosto de 2020, ante el alza notoria de la actividad en comparación con los cuatro meses anteriores, el personal empezó a preguntar por la recuperación de la empresa, y claramente, por el regreso a las anteriores condiciones salariales, a lo que Nacif respondió con un amable pero rotundo “no”.

Y no era que no quisiera retomar el pago con el que los entonces cerca de treinta colaboradores habían llegado originalmente, sino que a pesar del mayor flujo de clientes, esto era apenas una pequeña alza en las ventas respecto de la terrible caída anterior. Si durante los meses con el comedor cerrado, las ventas cayeron debajo del 10 y con un máximo de 25% en comparación con su primer año, con la reapertura parcial y aún en días de poca venta, los números apenas rozaban un 40% y seguían debajo del punto de equilibrio, ubicado hacia el 65% de las ventas registradas en 2019. Es decir, apenas vendían poco más de la mitad necesaria para irse tablas.

Para explicar la realidad de Micaela, a finales de agosto, Alberto convocó a una nueva reunión entre los colaboradores y presentó una gráfica con los resultados de la empresa.

—Ustedes están aquí —les dijo mientras señalaba una enorme gráfica dibujada en un rotafolio con crayones de colores que sus hijos dejaron en su camioneta, con la que el sommelier mostró al resto del equipo el estado de las finanzas de la empresa para agosto de 2020.

En el gráfico se marcó una línea roja que representó el punto de equilibrio del negocio y debajo se listaron los costos fijos de la empresa y algunos variables simplemente para que operara Micaela: nómina, agua, luz, renta, impuestos, reinversión, averías, gastos de administración. E incluía un elemento entre signos de interrogación: “¿Inversionista?”.

En un segundo rotafolio, Nacif dibujó la parte de la inversión inicial que representaba una parte adicional de los pasivos con que iniciaron la operación en 2018. Según Alberto, serían unos 13 millones de pesos a pagar en siete años. Aunque el presupuesto inicial para la apertura del negocio era de alrededor de 8 millones, las necesidades por el deteriorado estado de la casa y los detalles que fueron saliendo del inmueble que arrendaron para Micaela Mar y Leña, que afuera tiene una placa que la identificaba con el nombre de “La casa de las palomas”, elevó el monto un 62.5%.

Las dudas para comenzar a amortizar la deuda con Paris se debían al efecto de la pandemia, sumado a los planes de expansión de la empresa, vigentes en los primeros meses de 2020 y que tuvieron que postergarse para, en el mejor de los casos, 2023 o 2024.

Los otros parientes de la leyenda de Micaela

La idea de crear el restaurante Micaela jamás se quedó sólo en ese establecimiento, sino que buscaba echar a andar otros negocios con los nombres de los personajes de la historia de la nana, a la manera de, compara Nacif, la extensa genealogía de Cien años de soledad, libro de Gabriel García Márquez que incluso cuenta con un árbol para ilustrar la amplia red familiar de la historia de los Buendía. Por ello, desde que comenzó a funcionar el primer restaurante, la mayor parte de las utilidades se convirtieron en ahorro pensando en el crecimiento del grupo. Pero todo ello, tras la irrupción de la pandemia, se destinó sólo a mantener a flote lo que habían construido en el primer año.

—Creamos el grupo que llamamos Parentela, o sea generar un concepto gastronómico por pariente —dice el sommelier.

Cuando Vidal tenía el restaurante Tavola, en 2014 en Tabasco, este era sólo una parte de un proyecto mayor: Atelier (que en francés significa taller), un grupo gastronómico que contemplaba al menos un segundo restaurante llamado La Lorenza, así como varios proyectos que se pensaron para Comalcalco y luego salir de la zona con este proyecto. Sin embargo, Houston y La Fishería se le atravesaron en el camino. Pero la inquietud se mantuvo ahí hasta que encontró a un trío de aliados para lograrlo: Alberto, su socio ideal, y algo así como el administrador perfecto de su sueño; Paris, un inversionista que respaldó a capa y espada su proyecto; y Micaela, con una historia tan variada como conmovedora que alimentara muchos y muy diversos conceptos gastronómicos.

Desde el inicio del restaurante en Mérida, se previó la apertura de un *speak easy*, un bar secreto como los que se ven en las películas de *gangsters* y que tanto apasionan a Vidal, en la parte de arriba del local, donde más allá de una oferta gastronómica sorprendente, los reflectores apuntarán a la coctelería. Y como estaría escondido en Micaela, se llamaría como el hijo secreto que cuidó la nana: Bartolomé.

Además del bar, se contempla la apertura de una cafetería llamada Marión, como la niña consentida de Micaela, que integre a la experiencia de esa bebida otros brebajes mexicanos como pozol, tejate y tascalate, tradicionales de Tabasco, Oaxaca y Chiapas respectivamente, y todas ellas hechas a base de cacao y maíz. En tanto que Tomasa, otra de las niñas de Micaela, se pretende que dé nombre a un restaurante de “vitamina T”: tlayudas, tostadas, tamales, tortas, tacos. Aunque dice Nacif, ya en abril de 2021 y tras unas merecidas vacaciones, que este proyecto sea quizás de los últimos, pues su concepto es muy general y con poco que aportar en cuanto a gastronomía. Pero aún hay más.

—Como don Anselmo tenía sus fechorías —cuenta Vidal una tarde de agosto de 2019, antes de que sospecháramos siquiera que ocurriría la pandemia—, vamos a hacer un restaurante que se llame “El Puerco de Don Anselmo”. Imagínate un Micaela como lo que estás viendo pero enfocado en las carnes: la carne de cerdo, la carne de res. Un restaurante de asado mexicano.

Aunque parecería uno de los proyectos más ambiciosos, es también uno de los más aterrizados y con un diferenciador claro: la contraparte de Micaela bajo el manto del coprotagonista masculino de su historia. A esta lista se suma un concepto más que sigue en la mira de los dos propietarios de Micaela.

—El último, que es el pináculo, vamos a llamarlo así, es Doña Lorenza —cuenta Vidal, casi como su sueño con Atelier, optimista, sentado a una de las mesas del salón de corazones una tarde de agosto de 2019, antes también de saber el éxito que tendrían con Micaela—. En aquella época, el Porfiriato —comenta—, las casas de dinero estaban afrancesadas. Lo que vamos a hacer es meter un restaurante mexicano con tendencia francesa o francés con tendencia mexicana y va a ser nuestro “Pujol” (el restaurante del chef Enrique Olvera, de experiencia gourmet y reconocido como el número cinco en la lista de los 50 mejores restaurantes del mundo). Y de ese específicamente nada más va a haber uno, en el que yo voy a estar cocinando, Alberto va a estar en servicio, ese va a ser el juguetito, vamos a llamarlo así.

Alberto acotó años más tarde que a Doña Lorenza la ve más como su última etapa, la consagración de su trabajo, donde quienes los conozcan, los conozcamos, confiemos en su trayectoria y

vayan prácticamente sin preguntar, a comer lo que Vidal siempre quiso cocinar y no pudo, y beber los vinos que Nacif siempre deseó ofrecer, pero que no encajaban ya con los conceptos, ya los platillos o los precios de sus restaurantes.

—Siempre ha sido como nos imaginamos ya viejos —fantasea el sommelier—: un lugar chiquito sin el temor que tenemos aquí de estar tras la chuleta. Allá ya no. Quisiéramos ese lugar donde podamos poner nuestras mañas, nuestras manías y nuestros deseos frustrados en toda nuestra carrera como restauranteros, ponerlos ahí y llegar a ese restaurante chiquitito donde seamos él y yo los que atendamos. Prácticamente, me veo en la mesa decantando un vino aquí, abriendo una botella, hablando de mezcales en la mesa; y él se visualiza, o es lo que él me dice, saliendo a vender y ofreciendo y cocinando tras bambalinas, casi, casi sin menú, con reservación, casi, casi “Confía en lo que hemos hecho y paga”. Eso es Lorenza —dice antes de una pausa que lo saca de su sueño y lo regresa al presente—. Pero eso sí, para poder llegar a Lorenza tiene que pasar una serie de eventos muy afortunados. Ojalá que así sea.

Pero antes de abrir esos nuevos conceptos, se atravesó otro proyecto que se volvió prioritario: iniciar la segunda Micaela tras la fama nacional alcanzada gracias al reconocimiento de las revistas *Quién* y *Travel + Leisure* en 2019 con la nominación como mejor restaurante nuevo en los premios MexBest y el triunfo en la categoría de *Reader's Choice Award* en esa misma justa. La idea era llevar la casa de la nana a al menos un par de las ciudades más grandes del país: Monterrey y la Ciudad de México. Incluso, la decisión de ese plan de inversión, para el cual tenían contemplado prácticamente todos sus ahorros del primer año y medio, ya estaba muy avanzada para la sede en el norte del país en marzo de 2020, apenas unos días antes del inicio de la pandemia.

—Ya hasta habíamos visto el lugar allá en Monterrey —lamenta Alberto, precisamente en el segundo cumpleaños de Micaela, la misma noche de la inauguración de Cuna, el nuevo restaurante del chef venezolano Maycoll Calderón en Mérida, y para la cual Nacif era sommelier y maestro de ceremonias de la llamada “Cena entre amigos”.

Esa noche, en la terraza del hotel Wayam Mundo Imperial, sobre la emblemática avenida Colón de la capital yucateca, con una vista desde arriba de las casas de la colonia García Ginerés, una de las más tradicionales de Mérida, y las copas de los árboles que engalanan la avenida, Nacif recordó que a principios de marzo de 2020 ya habían encontrado el sitio que alojaría a la segunda Micaela, los nuevos inversionistas estaban entusiasmados y estaban a nada de firmar el contrato. Pero ese proyecto pasó para mejores tiempos. Aunque por una buena causa: sobrevivir a la crisis del Covid-19, mantener Micaela a flote y pagar los salarios de sus trabajadores sin endeudarse.

—Nosotros estábamos ahorrando para el segundo Micaela —dice, pero de inmediato corrige— para ‘Bastardo’ y para Monterrey. Veníamos ahorrando, ahorrando, ahorrando. No tocamos ni un peso de recuperación de dinero ni nada. Claro, ese dinero ya se hizo así, ‘flush’ —rememora Alberto en octubre de 2020 mientras aprieta las manos como si quisiera atrapar el aire que se le escapa entre los dedos.

Por eso en esos días de agosto de 2020, cuando el comedor llevaba casi tres meses abierto, con el doble de ventas contra el mes anterior, y todo el personal comenzaba a regresar a sus puestos, los salarios no regresaron a la normalidad. Y tampoco se había avanzado en el pago al inversionista, y al menos hasta el primer trimestre de 2021, apenas estaba a la vista una vuelta a la normalidad y la tan anhelada recuperación tras el Covid-19. Vidal lo dice de una forma más cruel, pero igualmente contundente.

—Está cabrón cuando el que te haya ido bien es que perdiste más dinero del que habías hecho en toda tu vida antes de eso, je, je, je... —y continúa la risotada grave, socarrona, de saber que a cambio de esa estrepitosa caída, Micaela sigue adelante.

El pulpo, la estrella de Micaela

*Oscuro dios de las profundidades,
helecho, hongo, jacinto,
entre rocas que nadie ha visto, allí, en el abismo,
donde al amanecer, contra la lumbre del sol,
baja la noche al fondo del mar y el pulpo le sorbe
con las ventosas de sus tentáculos tinta sombría.*
El pulpo, José Emilio Pacheco

Desde la concepción del proyecto, Micaela se diseñó como un restaurante de pescados y mariscos, con la meta de poner los reflectores sobre ese primer producto en una receta particular: el pescado rostizado. Sin embargo, la historia decidió que el protagonista sería otro. El pulpo Caimán a las brasas es el inesperado platillo estrella de Micaela. De entrada, es el platillo más vendido de la nana. Y segundo, es el más espectacular, que hasta en las redes sociales es de lo más destacado. Luisito, uno de los meseros, asegura que su decisión de pedir trabajo en el restaurante se originó, en buena medida, en la imagen de este platillo.

—El plato por el que decidí venir acá era el pulpo. Ya me habían comentado que viniera, después busqué el *restaurant* en internet y vi el pulpo ensartado en la tabla, y vi el tipo de comida que se maneja, y fue así como me enamoré de la comida. Dije: “quiero chambear donde esté esa comida” — cuenta el mesero.

Originalmente, el pulpo a la leña se servía parado sobre sus tentáculos en forma de flor sobre una tabla de madera, cruzado por un cuchillo de sierra para cortarlo, arriba de una cama de puré de camote, junto con un preparado de cebolla y cilantro. Tras la pandemia, a petición de las autoridades, la porción se tuvo que volver individual para evitar compartir platillos entre comensales.

Y aunque se cuece en agua, como siempre se hace con el pulpo, luego tiene un secreto para su preparación que le da el toque de Micaela: tiene que pasar por el Vesubio, un horno de leña homónimo del volcán que destruyó Pompeya en el primer siglo de la presente era, como metáfora del gran calor que puede ofrecer, que le da un toque quemadito y un sabor ahumado que lo hace especial.

—El pulpo es una de las cosas que más me gusta cocinar —sostiene Vidal—. Además, me gusta porque es difícil. No todo mundo lo hace bien, y no es por sonar mamón, pero a mí me sale bien.

Entonces, siempre se vuelven insignias. Para mí el plato que siempre es insignia es el pulpo, la lengua, el rabo de res, platos que normalmente son difíciles, que tienes que tener un poquito de noción de cocina para que te salgan bien —agrega—. Me gusta jugar con ellos porque denota que no eres cualquier pendejo.

Y si bien su preparación ya de por sí implica un ritual completo, desde su caza en el mar hay todo un conjuro detrás. El pulpo que llega a Micaela es un producto que generalmente no está disponible en el país, y que Vidal y Alberto conocieron gracias a su experiencia en el extranjero.

El pulpo no es el producto de mar más popular en México. El promedio de consumo anual de este molusco por persona es de apenas unos 330 gramos. Algo así como que cada mexicano se comiera una orden de pulpo Caimán a la leña de la nana una vez al año. En contraste, el país es el tercer productor de esta proteína en el mundo, muy preciada por distintos mercados en el orbe, especialmente el europeo. En 2018, el pulpo fue la tercera especie de mayor valor en la pesca nacional, sólo detrás del camarón y la mojarra, y la novena por volumen, de acuerdo con datos de la Comisión Nacional de Acuacultura y Pesca (Conapesca). Y Yucatán aparece como el principal productor con 65% del total de la captura nacional. Incluso, junto a su vecino Campeche, son responsables de 9 de cada 10 kilogramos del pulpo capturado en México. De toda la producción nacional, entre el 15 y el 25% se destina para la exportación. De ese selecto grupo se separa un pedacito para conseguir el pulpo que ofrece Micaela.

De acuerdo con Karim Mena, empresario pesquero y dueño de *Caiman Products*, la empresa que provee a Micaela de la proteína para su platillo estrella, la pesca de pulpo en la entidad desde sus comienzos hacia la década de los 60, se ha hecho de una forma sustentable, a diferencia de la mayoría de las capturas de otras especies marinas. Sin embargo, siempre hay algo que sale mal y persisten las denuncias por parte de organizaciones ambientalistas contra prácticas irregulares en la captura de esta especie, pues se ha identificado pesca fuera de temporada, extracción de ejemplares fuera de la norma y una extraña disponibilidad del producto desde el primer día en que se reabre la temporada, según denunció Lilia Balam en un reportaje para *Causa Natura* en 2023.

—Desde hace más de medio siglo, la zona baja del Golfo de México se ha dedicado a esta práctica que se ha regido desde el principio por el cuidado de la reproducción de la especie —defiende el empresario y quien fuera secretario de Pesca en la administración del gobernador Patricio Patrón Laviada en Yucatán, entre 2007 y 2012—. Por ello, sólo se practica durante cuatro meses y medio hacia finales del año, de manera que se permita mantener estable la población de la especie.

Según explica Mena, la forma en que se captura el molusco es la misma que se autorizó desde el inicio de esta práctica, y está basada en estudios de biólogos que determinaron el ciclo de vida del pulpo, cómo y cuándo se da la reproducción. Por ello, abrieron la temporada de agosto a mediados de diciembre de cada año.

Además, se desarrolló una técnica que se llama la pesca con jimba, mediante la cual botes pequeños alargan unos palos de bambú (llamados jimbos), de los que cuelgan hilos para que junto con las corrientes, la embarcación se mueve y peina el fondo marino. De esta manera, con una carnada en forma de cangrejo al extremo de un cordel, los pulpos abrazan a lo que creen que es su presa; una vez que uno pica, el pescador solo tiene que levantar el cordel y llevar el pulpo a su bote, donde lo conserva en hielo hasta llevarlo a la planta de tratamiento. Según la explicación del también biólogo, en el último cuatrimestre del año, las hembras están refugiadas en cuevas mientras desovan y cuidan el nido de sus futuras crías, mientras que los machos salen a cazar, por lo que con este calendario se garantiza la reproducción de la especie.

Con este método y esos plazos, se busca asegurar que la mayor parte de los pulpos capturados sean machos, que suelen ser más grandes. A su juicio, esta forma de pesca ofrece una proteína “orgánica”, pues se trata de animales crecidos en su hábitat natural y no en granjas o criaderos como otras especies apreciadas, como la trucha y hasta el salmón. Sin embargo, esta misma situación presiona hacia una responsabilidad más grande: el cuidado local y global del ambiente.

Y si bien la captura de animales marinos ofrece la ventaja de una carne con menos sustancias artificiales para su crecimiento, también contempla desde el punto de vista empresarial un enorme riesgo: la incapacidad de planeación. A diferencia de un criadero, en la pesca en mar abierto se depende no sólo de las condiciones de reproducción de la propia especie, sino de factores como el estado del tiempo. Y 2020 no fue un año favorable en ese sentido para la región que captura la mayor cantidad de pulpo en el país. En lo general, el año estuvo marcado por la pandemia, pero para los pescadores del sureste del país, el impacto mayor a su vida y su economía se debió al elevado número de tormentas tropicales que afectaron las costas del Golfo y el Caribe mexicanos.

De acuerdo con datos de la Fundación Europea del Clima, la temporada de huracanes del 2020 supuso un récord histórico de meteoros en el océano Atlántico, con 31 tormentas nombradas, contra los registros de entre 15 y 18 tormentas nombradas en el lustro de 2015 a 2019, es decir, casi el doble de meteoros de alta intensidad. De hecho, en 2020 se terminó tempranamente con la lista preasignada para las tormentas del año, por lo que se extendió con los nombres de las letras del alfabeto griego, según datos del Centro Nacional de Huracanes de Estados Unidos.

De ellos, tres impactaron en forma de huracanes las costas del sureste mexicano: Cristóbal en junio, durante la veda de pulpo; y Delta y Zeta en octubre, el mes de mayor captura del molusco, lo que eventualmente se traducirá en un bajo volumen de pesca. Aunque las autoridades mexicanas reportaron un crecimiento en la pesca general en 2020 contra 2019, según la Conapesca, el pulpo, junto con las algas y las variedades de huachinango tuvieron fuertes caídas en su producción en todo ese año. Los datos oficiales incluso muestran que la producción de pulpo en Yucatán se contrajo 45.1% contra el 2019, varios puntos más pronunciada que la baja de la producción nacional, de 32.8%.

Karim Mena fue más práctico y explicó que en el mes en que se captura aproximadamente el 60% de la pesca total del molusco en la zona, el hecho de que los barcos pesqueros pudieran trabajar apenas entre tres y cinco días en octubre de 2020, es decir, algo así como el 13% del tiempo efectivo, la producción de pulpo cerró en uno de sus menores niveles en la historia, y el más bajo quizá de la última década y media.

—Desde que empezó octubre, tuvimos tres tormentas. Termina la tormenta y viene un norte, entonces, la flota está parada. Lo fuerte es en octubre, lo demás se distribuye a lo largo de los meses desde agosto hasta diciembre. En octubre pescaron como tres días nada más. Terminó una tormenta, salieron a pescar. Pero en lo que los barcos van y vienen, de que termina la tormenta, en lo que se compone el mar, porque la tormenta se puede ir, pero las corrientes quedan, les dio chance de pescar dos o tres días y ya teníamos la otra tormenta encima que se formó en cuestión de horas. No se capturaron en este mes ni 500 toneladas, cuando se deberían capturar unas 8 mil —afirma Mena con un dejo de molestia, sentado a la mesa de una cafetería en el norte de Mérida el último día de octubre de 2020, mientras el cielo estaba encapotado por los últimos estragos que causaría la tormenta Zeta en la zona.

Para el empresario, este fue un año atípico en materia meteorológica, sólo comparable, según su recuerdo, con 2005, que tuvo hasta antes de 2020 como la temporada de huracanes más activa de la historia, con un total de 28, tres menos que el año de la pandemia. Entonces, Wilma impactó en octubre las costas del Caribe mexicano con sus secuelas en la costa norte de Yucatán, sumado al paso del huracán Emily por territorio yucateco en julio, además de la formación de varias tormentas menores.

En 2018, la pesca de pulpo en el país registró su mayor nivel histórico con 56,754 toneladas, 46.2% más que el año previo y casi 20 mil toneladas por encima de los registros medios entre 2014 y 2019, alrededor de las 38 mil toneladas, y claramente, más del doble de lo capturado en 2020, con

apenas 25 mil toneladas. Karim estaba consciente de que la baja producción en esa temporada tendría efectos en la venta de 2021.

—Este 2020 va a ser un año muy malo y los precios puede ser que suban, porque no va a haber la producción, la oferta. Tampoco la demanda en México es muy buena en este momento debido a la pandemia y a muchas otras cosas —dice con resignación mientras mira constantemente a los lados, como si quisiera no ser descubierto de haber roto el confinamiento por el Covid-19—. Vamos a ver qué sucede.

Afortunadamente, Karim Mena se equivocó en los cálculos y se alcanzaron 13 mil toneladas. Y si bien no hubo la producción común en la entidad, al menos se rescató un poco de pulpo maya, del que se sirve en Micaela.

—El pulpo de Caimán yo lo usaba en Houston —comenta Vidal recordando su época de chef ejecutivo de La Fishería, antes de Micaela.

Vidal se presentó con Karim Mena dos veces: la primera de nombre, como proveedor del restaurante en Houston, donde compraban no sólo pulpo, sino también algunos pescados de las costas yucatecas como mero y boquinete para preparar tacos y otros platillos en el restaurante del chef Aquiles Chávez. La segunda fue a su vuelta a Mérida. Era la primavera de 2018 cuando el directivo de *Caiman Products*, empresa instalada en el puerto de Progreso, al norte de Mérida, se enteró del proyecto de Grupo Parentela.

—Un amigo en común nos presentó, un capitán de pesca deportiva —recuerda Mena sobre el copropietario de Micaela—. Me dijo “hay un chef que va a poner un *restaurant*, y va a ser el mejor *restaurant* de mariscos de Mérida”. Entonces le dije “claro que sí”. Fue que platicamos y de ese momento a que empezaron las operaciones pasó mucho tiempo, como seis meses. De pronto un día empezaron a hacer los pedidos —rememora.

Caiman Products es una empresa yucateca creada en el 2000 que provee principalmente al mercado estadounidense de escama y otros productos marinos. De acuerdo con su propietario y director, alrededor del 90% de su producción se destina a exportación y apenas un 10% permanece en el país, en su mayoría para hoteles y restaurantes de la Riviera Maya, hasta antes de la pandemia, una de las regiones turística más importante del país. En su sitio de internet, la firma promete que: “Todos nuestros productos provienen de orígenes silvestres en zonas libres de cualquier tipo de

contaminación industrial. Todos nuestros productos comienzan la cadena fría en el momento en que salen del mar y son monitoreados sistemáticamente en todo momento. De esta forma se garantiza no sólo el estado inocuo del producto, sino también el sabor, la textura y la consistencia para que sean de excelente calidad”.

El pulpo que vende *Caiman* a Micaela y para el mercado exterior es un producto que recibe un tratamiento especial desde su llegada a las instalaciones para mejorar su consistencia y facilitar su cocción, asegura Mena. Si bien, este tratamiento no se aplica a toda la captura de ese molusco, al menos a una quinta parte sí le toca.

El primer paso es mantenerlo lo más fresco posible tras su pesca hasta llegar a su planta para no perder el *rigor mortis*, de manera que el pulpo mantenga la tensión en sus extremidades, algo que ocurre generalmente en las primeras seis horas tras su captura y congelación. Si bien esto no se logra en todos los casos, al menos se hace con un 20% de la pesca de *Caiman*. Tras ello, el cuerpo aún tenso de los pulpos pasa por un masaje con el cual se busca romper las cadenas de proteína en su carne mediante un proceso mecánico similar a una masajeadora que golpea ligeramente los tentáculos en varios puntos hasta ablandarlos.

—Tiene que ser pesca del día. Cuando un animal se muere, en sus últimas reacciones manda impulsos nerviosos a sus músculos para tratar de salvarse y muere, y los músculos quedan contraídos o rígidos, ese es el *rigor mortis*. Después de seis horas más o menos, los mismos ácidos que hay en el cuerpo empiezan a degradar la proteína y se pone flácido el músculo. Antes de que eso ocurra, tenemos que meterlo a la máquina y romperlo mecánicamente. Si pasa el *rigor mortis* e intentamos dar ese masajeo, ya no queda lo mismo —explica Mena.

Ello provoca que el pulpo termine rígido y con forma de flor como si estuviera precocido, lo que a la postre reduce los tiempos para cocinarlo y permite que haya mayor aprovechamiento de la carne. Pero sobre todo, le da una consistencia más firme y uniforme en todo el cuerpo, con lo que se previene que quede duro o chicloso, y se pueda ofrecer la misma calidad cada vez que se prepara. Aunado a ello, se evita que la carne adquiera el aroma característico de los mariscos, lo que se llama olor a pescado, pues se procesa antes de que comience la acción de los compuestos amoniacales que le dan ese hedor cuando ha comenzado la descomposición de la proteína, detalla el empresario.

La oferta se ha concentrado en el mercado exterior así como en el sureste del país pues se trata de un producto más costoso que el promedio del mercado, por lo que no todos los clientes lo pagarían, casi un 40% por encima del pulpo sin tratamiento. Además, los insumos para preparar cocina del mar

han registrado incrementos importantes en los precios en los últimos años, lo que reduce las opciones para apostar por el mercado nacional con el producto de *Caiman*. En 2019, la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) alertó en 2018 que los precios del pulpo habían alcanzado su precio máximo, lo que derivó en la búsqueda de sustitutos para este insumo. El organismo internacional señaló entonces que “Durante la primera mitad de 2018, (...) La demanda fue buena, la oferta fue ajustada y los precios se elevaron. Fueron tan elevados que la resistencia de los compradores los detuvo, y durante unos pocos meses de 2018 empezaron a reducirse, mientras los restaurantes optaron por productos más baratos. Observadores del mercado concordaron en que se había alcanzado el techo máximo”.

El precio del pulpo se traslada desde el proveedor al cliente intermedio, pero no siempre se puede llevar directamente al consumidor final, sentado a la mesa de un restaurante. A pesar de ser la estrella de Micaela, el pulpo dista mucho de ser su platillo más rentable. La pérdida de peso durante su cocción hace que por cada kilogramo, uno de los animales más enigmáticos del planeta se reduzca a cerca del 30% de su peso, que es lo que al final se termina sirviendo en la mesa de Micaela.

Aun así, es un referente del restaurante que sorprendió al propio proveedor. Un día, uno de los trabajadores de distribución de *Caiman* le dijo a Karim: “Oiga, jefe, ese *restaurant* al que le vendemos está bien bonito. Además, tiene un montón de gente”. Entonces, el dueño de la empresa acudió a conocer el resultado de abrir la venta de su producto al restaurante de la capital yucateca.

—Un buen día que voy con mi esposa, era un día como este, así, nublado, entramos y ¡wow!, nos sentamos en una mesa que está en el rincón con una ventanita que da a la calle y con el clima así nublado, literal nos sentíamos en Europa o en Nueva York. Y todo el ambiente. ¡Excelente!

En la carta de Micaela, el platillo se presenta como Pulpo Caimán entre los platillos a la leña, el sello de la casa. Alberto recuerda que esto ha generado entre sus clientes incluso la idea de que se trata una especie diferente de las dos principales que se capturan en el país: el *Octopus maya* o pulpo rojo —el que se sirve en el comedor del restaurante—, y el *Octopus vulgaris*, de menor participación, que se atrapa en el sistema arrecifal de Veracruz y en la costa de Yucatán.

—¿Qué te ha parecido lo que hacen con tu producto? —se le pregunta a Karim, pues sólo lo puede consumir en la entidad en Micaela y en dos restaurantes de sushi, donde se ofrece crudo.

—Extraordinario —responde—. Les queda el producto muy bien, he ido muchísimas veces, es mi *restaurant* favorito. En ningún otro lugar como mariscos en Mérida, por la calidad y sobre todo la consistencia —detalla, más allá de la referencia del pulpo que él les vende—. Tienen procesos que están

muy bien estandarizados para poder mantener en esas condiciones sus instalaciones, que no se diga con los alimentos, que es la mayor concentración de su equipo.

El viernes 6 de noviembre de 2020, los pescadores de la costa norte de Yucatán no salieron al mar. Como casi todo octubre y la primera semana de noviembre de 2020. Y quizás toda la primera quincena del mes, porque ese año pasó de todo: si no era el norte, fue la tormenta; si no, la calma, pero cada día pareció haber un fenómeno que no los dejó pescar.

—A ver si mañana. A mí esa nube me dice que no se va a poder, que el tiempo va a estar malo — señala César, un pescador del norte de Yucatán, mientras un cúmulo blanco y ancho, como pintado con espátula sobre un lienzo azul medio más cercano al rey que al pastel, se extiende sobre el cielo.

—¿Por el viento? —se le pregunta.

—Sí, es el viento —afirma mientras las hojas de las palmeras se doblan hacia el interior del continente.

Hacia el norte, el Golfo de México se mostraba inmenso y dispuesto a recibir a quien se atreviera. Pero el frente frío mantuvo los vientos fuertes en el sentido contrario a ese enorme cuerpo azul intenso. Y el mar, revuelto. Picado como le dicen los costeros. La claridad de las aguas se pierde entre la constante llegada de plantas, piedras, conchas, arena y lo que sea que traiga el mar. El lunes 2 de noviembre, cuando reabrieron las playas en Yucatán tras el cierre de casi ocho meses por la pandemia, el cielo estuvo nublado y el mar revuelto. Y aunque cuatro días después el cielo estaba un poco despejado, el mar seguía afectado por las corrientes, como dijo Karim.

La amenaza constante de tormenta no cesó durante esas semanas, y tampoco paró del todo en las siguientes. Apenas el martes 3, el huracán Eta, que se formó horas después de que se disipara su predecesora Delta, azotó Centroamérica, mientras Zeta subía poco a poco hacia la Península de Yucatán. Para el jueves, se desvió hacia Cuba, pero el fin de semana se alertó del riesgo de que volviera hacia México, como lo hizo Gamma un mes atrás. Muchos bromearon con eso de que dicen que quien pasa por Yucatán quiere regresar, pero los pescadores no le vieron ninguna gracia al asunto, pues apenas pudieron trabajar a causa del cruce de estos meteoros con un frente frío, todo ello, en la última semana y media de octubre y los primeros días de noviembre.

A causa de las tormentas, Micaela, y en general todos los negocios de Mérida, cerraron dos veces entre octubre y noviembre. Sumado a ello, los días de lluvia la gente no suele salir en la capital

yucateca por miedo a las inundaciones, especialmente con el recuerdo fresco de lo ocurrido en junio de 2020 con la tormenta tropical Cristóbal, cuando no paró de llover durante casi dos semanas y que dejó anegados varios fraccionamientos de la ciudad, como Pensiones y Las Américas, al poniente de Mérida. Ello, sumado al temor a un posible cierre por la pandemia, hizo que la gente comprara provisiones como si no hubiera un mañana y, por ende, no comiera fuera de casa.

Ello contrasta con lo que pasó con los turistas, para quienes un clima como este pareció positivo. La temperatura en la zona fue más que agradable: se mantuvo entre los 20° y 30°C, pero la humedad recordó que en el infierno también se toman vacaciones. “Te tocó un gran clima”, comentaron aquí y allá cuando uno, reconocido como fuereño, salía a pasear en estas condiciones. Este gran clima de brisas frescas y días nublados fue el terror para los pescadores en ese último trimestre de 2020. Ellos generalmente viven al día. Aunque pueden ganar desde 100 mil hasta 200 mil pesos con todas sus capturas en la temporada de pesca, que en la mayoría de las especies va de agosto a febrero, eso tiene que rendir para todo el año. Es algo así como si ganaran 16 mil pesos al mes para el nivel alto y unos 8 mil para los de menores percepciones en un buen año o al menos uno normal. Pero 2020 no lo fue ni de cerca.

Para el pescador, la pandemia resultó casi tan relevante como los cruceristas: pueden representar un ingreso extra o una pequeña pérdida adicional, pero en realidad la catástrofe para ellos estuvo en las tormentas. Cristóbal en junio, pero sobre todo Gamma, Delta, Zeta y Eta entre octubre y noviembre significaron sólo una cosa: no se pudo trabajar.

Chuburná es una de las comisarías del municipio de Progreso, al oeste del puerto después de Yucalpetén y Chelem. También es uno de los destinos donde las familias meridanas de alto poder adquisitivo tienen casas de playa. Esta es zona de pescadores. José Melchor Pacheco, expescador de 71 años, contó que antes en Chelem y Chuburná los productores marítimos trabajaron con cooperativas, lo que le daba ingresos más altos a los pescadores, pero no funcionó.

—Salía el presidente de la asociación a decir “esta embarcación es mía” y se quería quedar todo —comenta el hombre que debido a la ceguera parcial que padece en el ojo derecho tuvo que alejarse de su actividad, pero no de forma definitiva—. Luego salgo con mi yerno a pescar —recuerda.

En la ría, la ciénaga o como quieran decirle al espacio acuático del manglar, se practica un poco de pesca de algunas especies de escama y otros mariscos, como la chivita, un caracol típico de esas aguas salitrosas bajo las raíces del mangle. Mientras que para todo lo demás está el mar. En la Península de Yucatán, relató Melchor, la captura de pulpo se organiza de dos maneras: un grupo de

pescadores independientes en una lancha por su cuenta o en barco con grandes grupos de pescadores. En la primera, los precios de venta al intermediario están más cercanos al mercado, pero los costos se elevan y corren a cargo de cada grupo de pescadores; en la segunda, los insumos corren a cargo del ‘patrón’, pero el precio al que se paga el kilo de producto es casi una cuarta parte del valor comercial. De 90 a 100 pesos al pescar por la libre, puede irse a 20 o 30 pesos por kilo si uno se acoge a estos grandes productores. Y el ingreso al final es similar: un rango de entre 6 mil y 20 mil pesos por tres semanas de trabajo con metas de al menos 800 kilogramos de pesca, con su respectiva compensación; o si no, el pago diario por kilo.

En Yucatán, el pulpo maya, el de *Caiman*, se pesca del 1 de agosto al 15 de diciembre de cada año. El resto del tiempo se mantiene la veda, periodo en el que los captores apuestan por otras especies, como el mero, el róbalo o la tilapia, y ya para febrero, cuando prácticamente se cierra la pesca en mar abierto, negocian compensaciones con el gobierno por respetar los periodos de protección de especies. Estos apoyos estatales rondan los 700 pesos quincenales. Unos 1,500 pesos al mes a 2022 en el mejor de los casos para sobrevivir hasta la reapertura de la actividad, al final del verano siguiente.

—¿Qué puedes hacer con eso? —reprocha Jaime, pescador que también ha hecho las veces de acaparador, el que aglutina a varios pescadores y lleva a ofrecer grandes volúmenes del producto a las procesadoras, como *Caiman*. En otras latitudes se les llama intermediarios. Él es uno de ellos durante la temporada. El resto del año, se busca ocupaciones como comerciante de pescado, obrero, pintor, mecánico, transportista porque cuenta con dos camionetas, o lo que sea que encuentre y pueda hacer.

Al ser pescadores por cuenta propia, ellos ofrecen el pulpo en unos 90 pesos por kilo al acaparador. Luego, Jaime lo colecta y lo lleva a vender por volumen con *Caiman Products*, por 100 pesos el kilo. Allí se le da el tratamiento especial que contó Karim al que cuenta con las características que busca y el precio final de venta alcanza los 240 pesos por kilogramo. En Micaela, cada orden de pulpo, que emplea unos 300 gramos de esa carne se vende en 395 pesos, ya con todo: el servicio, el puré de camote, la tersa de cebolla y el paso por el horno Vesubio.

—¿Cada cuándo comes pulpo?

—Cada año, cuando vamos a pescar. Ya cuando está la temporada lo comes diario, básicamente cada año se come —responde Jaime en el patio de su casa donde está pasando la tarde porque el mal clima de noviembre de 2020 no lo dejó salir a pescar esa mañana.

—¿Comerías pulpo en un restaurante?

—No —rechaza tajante.

—¿Cuánto crees que cuesta?

—Pues no sé, no visito restaurantes. Ahora si tú quieres comer un pulpo, me imagino que te cobran 400 pesos, a como lo cocinen ellos.

—¿Tú lo pagarías?

—Putá, que no. Porque en mi casa tengo —dice entre risas—. Agarro ahorita la alacena, frío tomate, cebollas, cilantro y hago un manjar. Para qué voy a pagar en restaurante si aquí en mi casa hay. Ahorita no tenemos porque no pescamos. Pero ya cuando se acerca la temporada, al finalizar diciembre, junto 80, 100 kilos, es para mi consumo.

Jaime tiene tres hijos, y aunque está separado de la mamá de ellos, está en proceso de reconstruir su matrimonio. Para él, la prioridad es atender a sus hijos de 14, 10 y 8 años, por quienes, incluso, relata luego, dejó además los vicios, y es a ellos a quienes les destina la mayor parte de la proteína que almacena en casa.

—¿Cocinan el pulpo para algo especial?

—Para la comida del día, los chavos necesitan proteína —afirma—. A los niños les tienes que dar de comer. Cuando está mi esposa acá, queremos comer, él —dice al señalar a su hijo mayor— quiere comer pulpo, ya saca, descongela, se pone a freír, no es nada para mí, no. El pulpo es para darle proteína a los chavos. Igual salo pescado mero. Ahorita come pollo.

La primera vez que Jaime probó el pulpo tendría unos 20 años, hace casi dos décadas. Si bien comenzó a pescar desde los 14, antes se dedicaba a la captura de escamas. Su papá le enseñó ese oficio. En una de esas expediciones, cambiaron de objetivo para atrapar el molusco. Luego de tres días de trabajo, ya cargados no sólo con esa sino con otras proteínas como calamares y pescados, su hermano decidió preparar comida.

—Estaba viniendo de pescar con mi papá, teníamos tres días en una lancha grande, llevábamos carbón. Como mi hermano está más loco, con el mofle del motor fuera de borda, ahí le tiramos el carbón. Ahí empecé a comer pulpo, era pulpo asado.

Y si bien el pescado frito, sea cual sea, y el ceviche son sus platillos favoritos, en su lista de preferencias aparece también el pulpo asado con limón y chile.

—Ya me lo ando saboreando. Así me gusta, así me lo enseñaron, no es nada malo, es harto sano comer eso, ya hasta está dando sed de caguamita y todo —agrega entre risas.

La pesca de pulpo se da con al menos tres personas en la lancha, como lo hacía Jaime con su papá y su hermano, para que entre todos puedan montar la jimba, por lo que la ganancia se tiene que repartir. Y si bien hay días en que se pueden recolectar hasta 80 kilos en una lancha, otros apenas se levantan 30 kilos. O menos. Unos 800 pesos a los que hay que restar los gastos de la lancha y el traslado, que dejan en unos 200 o 300 pesos por día para los tres pescadores. Casi nada.

Pero el 2020 con sus tormentas dejó aún más desamparados a estos productores, y de paso, les dio muy poco que ofrecer para la venta a los negocios que requieren el producto, como los hoteles de la Riviera Maya o los restaurantes a los que surte Karim en Mérida, como Micaela.

—¿Y si no hay pulpo? —se le pregunta a Alberto al contarle toda esta situación en la costa norte de Yucatán en noviembre de 2020.

—Pues no lo vendemos —responde sin titubear.

Su producto estrella estuvo poco disponible durante 2021. Y, sin embargo, el director de operaciones de Micaela asumió sin pesar las limitaciones del mercado y cómo las incidencias externas le cambiaron el panorama.

Algo similar pasó con los ostiones, otro de los platos queridos de Micaela, pero cuya demanda es algo menor, pues no son para todo público: dejaron de venderse desde el inicio de la pandemia y que tras la reapertura de comedores a por lo menos el 50%, ya pasado el verano, sólo estuvieron disponibles para algunas contadas órdenes, acaso cada 15 días, por lo que hasta se avisó a los comensales para que apartaran los suyos.

—Se agotan de volada —dice Vidal, sentado a la barra de Micaela con una cerveza en la mano una tarde de noviembre de 2020.

Un cuarto de hora antes, a Micaela Mar y Leña llegó Gaby, su esposa, a comer ya casi a las seis de la tarde. Saludó a Alejandra León, “Xexa”, en ese entonces al mando de la barra, y a Dianita, quien pasaba por la capacitación para convertirse en la nueva mesera, por lo que tuvo que recorrer cada área del servicio como parte de su preparación, y quien pasó más de un mes aprendiendo cada nombre, cada cara nueva, para entender de qué iba su nuevo empleo. La joven de 19 años llevaba en noviembre

apenas un mes en el lugar, pero ya había avanzado un tramo del recorrido antes de salir a servir frente a la mesa.

Bruno, el otro chico de la barra, también devolvió el saludo a Gaby, ese sábado vestida de blanco, como el color de la ciudad de Mérida. La esposa de Vidal se llevó la última de las órdenes de ostiones que había para ese fin de semana.

—Al fin los alcancé —celebra, mientras mira delante suyo un platón ovalado con almejas chocolates abiertas sobre hielos para mantenerlas frescas y en su punto.

—Nomás las anunciamos y se fueron de volada —acota Vidal mientras saluda a Gaby, al otro extremo de la barra.

—Tenía meses que no los comía —insiste la arqueóloga y también chef antes de llevarse a la boca una de sus anheladas almejas.

Desde que empezó la pandemia, Alberto y Vidal decidieron retirar los ostiones; pues la incertidumbre sobre el cierre desde marzo, los horarios recortados que ahuyentaron a los clientes, la reapertura del comedor casi tres meses después del inicio de la pandemia y la delicadeza para el cuidado del producto representaban un riesgo para el negocio y casi una merma segura. Entonces optaron por dejarlos fuera mientras recuperaban el ritmo. Casi ocho meses después, para los primeros días de noviembre, cuando el comedor ya podía llenarse al 50%, los ostiones por fin estuvieron de vuelta en Micaela. Y Gaby, la mente detrás de la verdadera historia de la nana, separó los suyos, como se dice en Yucatán. Por ello, estaba tan contenta de ser de las primeras en retomar la costumbre de estos mariscos frescos en el restaurante. Con esa experiencia, el problema de la menor producción del pulpo tenía una salida clara.

—Me dijo Karim que esta temporada se ve difícil para el pulpo. Que no van a capturar ni el 20% que en años anteriores —se le comenta a Nacif, en medio del interrogatorio por la crisis a causa del Covid-19 en noviembre de 2020.

—Pues ni modo. Tendremos que dejar de ofrecer pulpo —reitera.

Así como hay un plan de emergencia en caso de la llegada de otro huracán o la alerta de otro ‘apagón’ de electricidad, muy recurrentes en los últimos tres años en la zona, los dueños de Micaela también tienen listo un plan de acción por si acaso la oferta de pulpo no alcanza los niveles que se esperaban.

—Si no podemos ofrecer la mejor calidad del producto, no lo hacemos —sostuvo Alberto, como parte del compromiso con la cocina honesta de Micaela—. Otros restaurantes lo han hecho. Y qué mejor mensaje puedes mandar a tu cliente si le dices: “No tengo el mejor producto, prefiero no dártelo a engañarte o darte algo que no es lo que me estás pagando”.

Entonces, así como ocurrió con el pato, que dejó de ofrecerse por no resultar rentable, una menor disponibilidad de pulpo en 2021 derivó sencillamente en que el restaurante dejó fuera de la carta a su producto estrella. Para finales de marzo de 2021, todavía había proteína, que durante ese mes supuso la venta de unas 450 piezas individuales, algo así como 225 kilogramos en crudo, comentó Vidal. Pero durante algunos meses a mediados de año se acabó y simplemente se retiró la oferta hasta que se levantó la veda de nuevo en agosto.

—Prefiero dejar de servir algo si no tengo la calidad con que quiero a servirlo, pero que no sea el platillo que el invitado está esperando, que sea de mala calidad. Si escasea, habrá que decir “no hay” —sentenció Alberto. Y esa ha sido una de las claves del éxito de Micaela: procurar ofrecer lo mejor a cada momento y en cada uno de los aspectos.

La gastronomía de Yucatán y la fiesta de Micaela

*Yo soy orgullosamente yucateca,
mi abuelo era canario y mi abuela india maya,
y precisamente eso es ser yucateco:
heredero de esas dos ramas;
lo mismo pasa con los ingredientes,
están los de la Península y los que llegaron de fuera,
pero al mezclarse el resultado es ya la comida yucateca.*

Tere Cazola, Dueña de la marca de pan más famosa de la Península

Para cuando comenzó la pandemia, hacía casi una década que la gastronomía mexicana había recibido el reconocimiento internacional como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad. En 2010, la Unesco abrió sus reconocimientos para este tipo de acervos para tres tradiciones gastronómicas: la cocina francesa, la japonesa y la mexicana. Al 2021, se había sumado solamente una más: la cocina mediterránea.

“La cocina tradicional mejicana (sic) es un modelo cultural completo que comprende actividades agrarias, prácticas rituales, conocimientos prácticos antiguos, técnicas culinarias y costumbres y modos de comportamiento comunitarios ancestrales”, describe la Unesco en su resolución, aprobada el 19 de noviembre de 2010.

El documento, que destaca métodos de cultivo únicos como la milpa y la chinampa, procesos de preparación como la nixtamalización o utensilios singulares como el molcajete, otorga esta distinción para el paradigma michoacano de la cocina ancestral. Sin embargo, el documento hace extensivo el reconocimiento a todo el país. El texto de la Unesco agrega que: “En el Estado de Michoacán y a través de todo México se pueden encontrar agrupaciones de cocineras y de otras personas practicantes de las tradiciones culinarias que se dedican a la mejora de los cultivos y de la cocina tradicional. Sus conocimientos y técnicas son una expresión de la identidad comunitaria y permiten fortalecer los vínculos sociales y consolidar el sentimiento de identidad a nivel nacional, regional y local”.

A partir de ese año, la mirada del mundo volteó hacia México como un destino gastronómico, que si bien ya era conocido parcialmente por sus típicos alimentos picantes y sus célebres tacos, también permanecía oculto a la sombra de las representaciones poco fieles de la comida mexicana

interpretada por los estadounidenses, donde incluso los tacos se pueden comer en forma de nachos. En una entrevista con quien fue considerado tres años seguidos como el mejor chef del mundo, el danés René Redzepi, lamentaba que en su zona del mundo sólo se conociera muy poco de la comida mexicana.

—El tipo de información que entra a Dinamarca sobre México es muy pobre y para ser honestos, poco halagadora. Especialmente en cuanto a gastronomía se refiere: imagínense el peor taco tipo Tex-Mex que puedas encontrar en Estados Unidos, ahora multiplícalo por 10; los daneses han crecido comiendo y creyendo que los *crispy taco shells*, queso malísimo y chili con carne son comida mexicana —comentó en una entrevista para *Vice* el chef de Noma, quien se confiesa enamorado de Yucatán.

Para Adriana Silvestre, Redzepi es uno de los responsables de poner a Yucatán en el mapa como un referente y destino gastronómico de México. El sábado 15 de enero de 2011, el danés participó en una cena con el chef yucateco Roberto Solís, de Néctar, en la que exploró la combinación de ingredientes regionales con conceptos de cocina nórdica. Redzepi construyó el menú de su cena en la Península de Yucatán con ingredientes locales y, sobre todo, con poca proteína animal. Al ser cuestionado al respecto, en un entrevista para el diario Reforma publicada días después de la cena, respondió con una cifra como quien sabe que los números ofrecen una verdad fría, pero irrefutable.

—En Dinamarca somos cinco millones de personas y producimos alrededor de veinte millones de cerdos. También tenemos pato, venado, res y pollo. No quería venir aquí y preparar algo que encuentro en casa, deseaba ampliar horizontes y retarme con cosas nuevas.

Vidal trabajó en aquella cena en Néctar como *maitre* (responsable del servicio, como recibir a los comensales, acomodarlos en las mesas y atenderlos más allá de los meseros). Desde su llegada a Mérida, había hecho buenas migas con Roberto Solís, quien conocía al tabasqueño por su experiencia en Europa y su formación no sólo académica en el ramo, sino también su paso por restaurantes con estrellas Michelin, por lo que no dudó en convocarlo para este evento, que recibiría a sesenta invitados en tres turnos de veinte personas. El chef de Micaela recuerda que Redzepi utilizó ingredientes locales que encontró en condiciones tan azarosas como en un recorrido por las playas de la costa norte.

—Había una ensalada de quelites, literal hierbitas del patio —recuerda Vidal—. Se fue a la playa en Progreso, y encontró salicornia (una especie de suculenta nativa de las zonas de manglares y dada en ambientes salitrosos) ien Progreso! Y literal, de las hierbas que fue recogiendo se hizo el plato. No mames, chingón, chingón, chingón —enfatisa.

De los siete tiempos de la “Cena de Noma en Néctar”, como se llamó aquel encuentro de enero de 2011, tres platillos estuvieron a cargo del anfitrión y el chef danés preparó cuatro: uno a base de plátano local con caviar; un segundo con ensalada yucateca con hojas verdes, coco y grosella con salsa de axiote, la ensalada que recuerda Vidal; aguacate asado con leche de almendras y salsa con habanero, frijoles e ibes (una especie de frijol blanco sembrado en la milpa yucateca); y el postre, zapote negro con jugo de naranja, caramelo y granizado de cítricos mezclados con café.

Aquel episodio en la capital yucateca fue sólo uno de los primeros que hicieron destacar a Mérida como destino gastronómico, primero del país, pero después también del mundo. Apenas unos meses antes de la declaratoria, a principios de 2010, el hotel boutique Rosas & Xocolate abrió sus puertas con un restaurante homónimo a cargo del chef David Segovia, nominado como el mejor restaurante de hotel en 2011 por la revista *Travel + Leisure*, edición mexicana especializada en turismo y estilo de vida, que destacaba por su oferta gastronómica inspirada en ingredientes locales, pero con técnicas vanguardistas en un mercado entonces ajeno a estas propuestas. Se trató de uno de los primeros reconocimientos gastronómicos en la región, pero no sería el último.

Micaela los superó

—¿Cuándo se dieron cuenta de que Micaela era más grande que ustedes? —se le pregunta a Vidal en El Lucero del Alba un sábado de noviembre de 2020 por la mañana, horas antes de que el gobierno estatal les entregara un distintivo como un restaurante seguro y que cumplía con las medidas sanitarias para proteger a los visitantes del Covid-19.

—En mi caso específico, yo creo que fue por la nominación, güey.

Vidal es irreverente y sincero al hablar de sus logros profesionales, como si en realidad fueran una parte más de la vida y no un evento especial que merezca solemnidad, siquiera para ser contados. La modestia viene quizás como parte de su personalidad fuera de la formalidad, donde los logros pasan a segundo plano en su entusiasmo, detrás de la forma y las emociones para celebrarlos. Algo así como dice el rapero Arkano: “Como si me hiciera feliz ser reconocido. / Mi mejor obra son mis vivencias. / Cuando veo mis triunfos no me sobro, / algunos ahí fuera lo llaman logros, / nosotros lo llamamos consecuencias”. Vidal sin duda es uno de ellos.

El 2019 fue quizás más que un sueño para Micaela. No llevaban ni diez meses operando cuando Alberto y Vidal se enteraron de que *Travel + Leisure* los había considerado entre los candidatos para contender por el premio a mejor restaurante nuevo de MexBest, el nuevo nombre de los Gourmet Awards, entregados desde 2011 por Grupo Expansión.

Una mañana de septiembre, tras el anuncio de las nominaciones, Vidal recibió un mensaje en su celular de parte del socio de Pedro Evia, Eduardo Rukos, director de investigación de K'u'uk, restaurante que anteriormente había ganado un par de esos premios. El mensaje era una imagen en la que aparecía Micaela entre los nominados al premio de MexBest.

—¿Qué día fue?

—¿Te digo la verdad? No sé. No recuerdo cuándo nos enteramos. De hecho, Eduardo Rukos, me mandó la imagen —dice Vidal, y continúa con un grito emocionado—: “Güey, felicidades”. La vimos y también le dije a Alberto. Él también vio la imagen, y me la estaba enviando. Como que cruzamos información en ese momento. Estuvo cabrón, era una nominación de esas en el primer año de abrir y estar nominado con gente a la que admiro tanto: Guillermo González Beristáin, Mikel Alonso... ¡Güey!, son gente que admiro de toda la vida, cabrón. Y ver el nombre de mi restaurante al lado del restaurante de ellos. “¡Huevos!”. Así sentí —dice mientras hace una pausa para subir la mano izquierda y presionarse sobre el hombro derecho—: el peso acá en la espalda, pero también el empujón, güey. Muy chingón.

Y aunque no ganaron, la designación se consideró como un trofeo en sí misma para el restaurante de la nana que los dueños pusieron a la vista en todo momento. Como en la repisa a la izquierda de la entrada, donde está el reconocimiento conquistado por el restaurante, el Reader's Choice Award junto a la botella de champaña del evento, o en la propia cuenta de Instagram del restaurante, donde, debajo del concepto, se puede leer: “Nominados Mejor Restaurante Nuevo”. Desde septiembre de 2019.

Los premios de MexBest comenzaron a entregarse desde 2011, un año después del reconocimiento de la Unesco a la gastronomía mexicana, llamados durante sus primeras ocho ediciones como Gourmet y Hotel Awards a lo mejor de la gastronomía y hotelería del país. Para su edición 2019, en la que se incluyó a Micaela entre los ganadores, cambiaron su nombre a MexBest.

Testigos del crecimiento de Yucatán como destino gastronómico del país, estos reconocimientos que en su mayoría se concedieron en sus primeras ediciones a establecimientos de la Ciudad de México, así como a destinos gastronómicos o turísticos consolidados como Monterrey, Guadalajara, Oaxaca o la Riviera Maya; aunque también hubo destinos y restaurantes emergentes que se posicionaron entre los ganadores. Anteriormente el también meridano K'u'uk ganó dos galardones: primero como mejor restaurante en 2013; luego, tres años después por el mejor arte al plato. En tanto

que el mismo 2019, el también yucateco hotel Chablé se hizo acreedor a uno de los reconocimientos como el alojamiento con el Mejor Programa de Bienestar en la categoría de hospedajes.

La tarde del jueves 31 de octubre de 2019, en el Hotel Xcaret, en la zona de Playacar, se llevó a cabo la ceremonia de premiación de MexBest 2019, un encuentro que Vidal y Alberto recordarán por el sabor de la champaña. Esa velada en el inmueble frente a las costas del Caribe mexicano, la lista de invitados contemplaba a personajes como el chef Eduardo García, de Havre 77 y Máximo Bistrot en Ciudad de México; Elena Reygadas de la panadería Rosetta, también en la capital del país, que apenas en 2023 fue reconocida como la mejor chef femenina del año por la organización 50 Best; Mikel Alonso, también mencionado por Vidal, chef de Ko Ma, en la CDMX, que cerró en 2020 tras el inicio de la pandemia; Jonathan Gómez de Le Chique en Cancún; o Guillermo González Beristáin, de Pangea, y quien fuera juez en un concurso de servicio en que Vidal obtuvo la medalla de plata cuando era recién egresado de la carrera de Gastronomía en Puebla quince años atrás. Aquella tarde de otoño en el Caribe mexicano, el clima fue favorable para una noche de gala.

El Reader's Choice Award es una de las categorías más complicadas para los organizadores de MexBest, pues el resultado se define hasta el último momento. Por ello, el desafío era garantizar que los posibles ganadores acudieran al evento aun a pesar de no tener otras nominaciones. Para ellos, esa edición les resultó más fácil.

—Casualmente, los restaurantes que estaban en los primeros cinco lugares, todos estaban nominados en alguna categoría. Entonces no íbamos a tener problema de “hay que invitarlo aparte” — recuerda Adriana Silvestre, una de las organizadoras del encuentro, quien además presenció de muy cerca el éxtasis de los ganadores y el abatimiento de los perdedores. En contraste con esa versión, Alberto recuerda que pese a todo, los organizadores les llamaron insistentemente para confirmar su asistencia, lo que a la postre levantó sospechas en el sommelier de Micaela.

Acostumbrada a participar activamente de la organización, para esta jueza del concurso fue una oportunidad única estar de cerca de los contendientes, rodeada por todas partes con alguno de los nominados.

—Pero esta vez en Xcaret todo era un ambiente diferente. Ya solamente pasaban los ganadores. Justo estaba en medio de muchos chefs y se sentía este ambiente de los que pierden y es como “chin, perdimos”; y los que ganaban era euforia total. Entonces, cuando dicen la categoría de restaurante nuevo, pues los de Micaela no ganaron y fue como “ay, bueno, felicidades, Mikel”; al final se

emocionan porque felicitan a sus compañeros. A veces se conocen de antes, a veces se conocen ahí en el evento —comenta Adriana.

Aquella tarde, Vidal recuerda que la fiesta se descontroló para ellos cuando se reveló el resultado de la categoría “Mejor restaurante nuevo”.

—Nosotros cuando... —titubea el chef mientras en la cantina El lucero del Alba, suena de fondo *Hawái* de Maluma, la canción de moda en el último cuarto de 2020— cuando gana el premio Ko Ma, que por cierto, total y completamente merecido, ¡qué cosa tan más maravillosa de lugar!, fuimos a comer ahí, qué rico se come, está cabrón... Cuando gana Ko Ma, nos volteamos a ver, le dimos un abrazo a Mikel, nos volteamos Alberto y yo, y dijimos —recuerda mientras lanza un par de palmadas resolutivas, tan presentes en los gestos de Vidal—: “Se acabó la noche. ¡A echar desmadre!”.

La fiesta se prestó para celebrar en grande incluso sin el reconocimiento. En el servicio, les ofrecieron mezcal, el favorito del chef y el sommelier, pero fieles a su costumbre buscaron un poco de cerveza para acompañarlo.

—‘Tábamos tomando mezcalito y normalmente el mezcal lo resbalas con la chela —afirma Vidal—. Le dijimos a los meseros “Oye, ¿una chela para resbalar?”. “No hay cerveza. Pero hay champaña”. Chingue a su madre, tiene burbujas, ca’ón —suelta previo a su risotada de felicidad—. Tráelo.

Su fiesta se mantuvo concentrada en la convivencia con otros grandes exponentes de la cocina en México y en disfrutar la algarabía de esa noche, hasta que Eduardo Rukos hizo nuevamente las veces de mensajero para traerlos de vuelta a la ceremonia. Al anunciar el premio elegido por los lectores, los dueños tuvieron que interrumpir de golpe su juerga por una celebración mayor.

—Ni siquiera estábamos viendo el escenario cuando nos nombraron del *Reader’s*. Nosotros estábamos acá en la plática, de repente dicen “Micaela Mar y Leña”, y Eduardo Rukos, que estaba sentado conmigo, me hace: “Vas, pendejo” —dice Vidal mientras lanza un empujón al aire para luego recrear su diálogo de esa noche con el director de investigación de K’u’uk—. Y yo: “¿qué, güey?”. “Ganaron, güey”. “No mames”. Por ahí tengo los videos. Ves las caras de pendejos que traemos Alberto y yo, así de... es una cara de que estamos así de... —comenta seguido de un movimiento de sorpresa de un lado a otro para explorar un espacio hasta entonces desconocido—. Subimos. Nos valió madres el protocolo: nos tomamos una *selfie* allá arriba. Dijimos: “Güey, disfrútalo”. ‘Uta, qué te puedo decir, ese momento fue como que un parteaguas.

Aquella noche, la pérdida del protocolo fue lo de menos para los propietarios de Micaela. Tardaron tanto en subir al escenario que al llegar, recuerda Vidal, la pantalla de fondo proyectaba el nombre del siguiente ganador, el hotel sede, Xcaret Riviera Maya. Para ellos, eso era lo de menos. La fiesta apenas estaba llegando a su clímax.

—Terminamos muy mal, muy mal.

—¿Te acuerdas qué mezcal era?

—No. Sí me acuerdo cómo quedé. Sí me acuerdo de la sensación al día siguiente —responde Vidal con la sonrisa de quien disfrutó hasta el olvido un momento que recordará por siempre.

Las fiestas de Micaela

Eran pasadas las cinco de la tarde, cuando en el salón de corazones, el núcleo de Micaela, un estruendo opacó la música de salsa que sonaba de fondo. Una canción de Maelo Ruiz, siempre festiva como prefiere Alberto, se quedó en segundo plano tras la caída de una botella de cerveza oscura en la mesa más cercana a la orden de servicio, donde termina el comedor y comienza la cocina. Habría sido un sábado más a no ser porque esa semana, la del 24 de octubre de 2020, el restaurante de Micaela cumplía su segundo aniversario.

Y, sin embargo, en la casa de la nana no hubo ni fiesta ni evento ni nada. La decoración se apegó al calendario y anticipaba el Día de Muertos y su versión yucateca, el *Hanal Pixan* o fiesta de las almas, antes que algún homenaje al restaurante. De las paredes del lobby pendían flores de cempasúchil y frente a la entrada, un altar con una ofrenda para Micaela recibía a cada uno de los hasta 92 asistentes que podían ocupar alguno de los espacios disponibles al interior del restaurante, la mitad de su capacidad entonces aún recortada como medida sanitaria tras la pandemia de Covid-19. Y a esa hora, cuando la botella reventada de cerveza se había convertido en el mayor acontecimiento, la veintena de mesas atendidas estaban ocupadas por parejas en su mayoría, producto también de las medidas sanitarias y como la Canirac previó que pasaría al inicio de la contingencia, para evitar aglomeraciones y respetar los límites de ocupantes por mesa, por entonces de hasta seis personas.

Esa tarde, ni Nacif ni Vidal estaban en Micaela. Pero sí habría una celebración. A unos dos kilómetros de ahí, el chef Maycoll Calderón, otrora chef del restaurante J&G Grill del Hotel St. Regis en la Ciudad de México, uno de los más reconocidos por buscar tener una oferta gastronómica destacada, organizaba uno de los primeros encuentros para promocionar su recién inaugurado negocio

en Mérida: Cuna, un restaurante en la terraza del Hotel Wayam Mundo Imperial, a unas calles del Paseo de Montejo.

—Pero no se promociona como el restaurante del hotel, porque así la gente no va —acota Vidal, en confianza, sentado a la mesa de la cena, donde trata de mantener la sana distancia y el cubrebocas puesto, aunque se nota que no está de acuerdo con perder la familiaridad y la cercanía al momento de estar ante una mesa.

Inaugurado a finales de septiembre y aún con las restricciones por la pandemia, el viernes 23 y sábado 24 de octubre de 2020 se celebraron los primeros eventos grandes de Cuna, y los invitados en ambas cenas fueron precisamente el chef y el sommelier de Micaela Mar y Leña.

—Nos eligieron para el primer evento en el restaurante —se enorgullece Vidal.

“Cena entre amigos”, dice la convocatoria. Una reunión al aire libre, en una terraza de unos 250 metros cuadrados, en el primer piso del hotel que da a la avenida Colón, una de las más importantes de la capital yucateca.

La cena comenzó con un plato del chef de Micaela, un crudo de una especie japonesa de pez de cola amarilla llamada *hamachi* servido con chaya tatemada, una planta tradicional de la cocina yucateca, acompañado de un vino tinto Altano, selección de Alberto, como todos los del evento. El segundo tiempo, a cargo del chef anfitrión, fue una tostada de pulpo maya, como el que se sirve en Micaela, con frijol negro, piña asada, cilantro y aguacate, cuyo maridaje fue, también por decisión del sommelier de Micaela, un vino blanco Quinta Da Raza. El tercer platillo fue el plato fuerte de la noche: pesca del día a la plancha servida con arroz, jengibre, coco, mango, chile serrano y cilantro, junto con un rosado también de Quinta Da Raza.

Pasados los primeros tres tiempos, Vidal se levantó para presentar el postre, un sorbete de guayaba con chocolate blanco tatemado y pimienta rosa, acompañado con yerbabuena, una combinación de notas grasas con cítricas y herbales que alcanzaban un equilibrio casi perfecto.

—Es mi fruta favorita —comenta desde la entrada de la cocina abierta que le dejaron a un costado del salón donde comienza la terraza del Wayam.

De niño en el patio de su casa en ‘Comal’ había, según su memoria, al menos una media centena de estos árboles frutales.

—Imagínate cuántos eran que de chicos jugábamos a cruzar el patio sin tocar el piso, de copa en copa —confía en corto, entre amigos.

Luego Nacif presentó el último vino de su selección, un Oporto Blanco Dow's, un portugués particularmente dulce al que hubo que servir en una copa amplia con un hielo de por medio para mantenerlo fresco más tiempo y que detonaría su sabor dulce y contrastaría lo suficiente con el ácido del postre del chef de Micaela. Una dupla que funcionó a la perfección, como él con Vidal.

La cena, que contó con unos 50 asistentes, terminó pasadas las nueve de la noche, con menos de una hora por delante para el cierre del establecimiento ante las restricciones horarias aún vigentes entonces. Al término, los propietarios de Micaela se quedaron a la fiesta privada del encuentro, donde además recibieron un quinto tiempo para la cena: una hamburguesa gigante cortesía de Calderón. En las fotos para el recuerdo, Nacif mira con dudas el plato flanqueado por Vidal y Javier Toledo, sommelier de La Castellana y alumno suyo, quienes devoran con fruición el emparedado como si no hubiera habido cena previa. La comida en abundancia, ese sello de Micaela, se le apareció a Nacif en el marco del cumpleaños de su restaurante, a unos kilómetros de distancia de su restaurante.

Si bien en Micaela las fiestas son recurrentes, los cumpleaños del propio establecimiento pasaron en general algo desapercibidos en sus inicios. Durante el primer año de operaciones, se realizó una veintena de eventos especiales, entre catas, cenas de Navidad y Año Nuevo, y degustaciones, incluidas el primer encuentro “Memorias de Micaela”, con la participación de chefs invitados y amigos como Celia Florián, del restaurante Las quince letras en Oaxaca; Jesús Escalera, de La Postrería de Guadalajara y creador de la carta de postres de Micaela; y Ángel Vázquez, chef de Intro en Puebla y amigo de Vidal. Ese 2019 también se celebró la “Cata de oro”, un encuentro para reconocer al vino Caipirinha de la bodega El Cielo, ganador de la medalla de Doble Oro en el Concours Mondiale de Bruxelles como vino revelación en ese año, y en la que, para festejarlo, los cinco tiempos del menú se acompañaron de oro comestible como ingrediente, cuyo plato estelar fue pato en salsa de ciruelas e higos tatemados, de un sabor amargo y graso tan tenue y equilibrado que estaba por completo al servicio del vino galardonado, de notas dulces y con sabores de frutos rojos, perfecto para degustar las carnes grasas.

Tras el cierre del comedor a mediados de 2020, Micaela Mar y Leña retomó la costumbre de realizar eventos especiales. El primero tras la reapertura fue con motivo del mes patrio, el 24 de septiembre, llamado “Puro chile”, para probar distintos platillos con ese fruto como ingrediente principal para culminar con el plato estelar: el chile en nogada de la nana, tradicional de estas fiestas mexicanas.

—Y en honor a como nos había tratado el año —dice Alberto, en broma—. Ha estado muy cabrón —agrega el sommelier oaxaqueño en confianza, como no queriendo que lo escuchen sus niños,

ni los de Micaela. La asistencia, limitada por el aforo recortado por las medidas sanitarias, permitió la participación sólo de unos 46 comensales, todos con reservación.

Apenas un mes después se realizó el evento “Disfrutemos del Tequila”, una masterclass sobre la bebida homónima del municipio jalisciense de donde es originario el brebaje, a cargo de Gabriela Cañedo Sandoval, conocedora de la bebida y reconocida por la Cámara Nacional de la Industria Tequilera.

—Fui la sexta persona con este reconocimiento —presumió ella esa noche.

El evento se trató de un encuentro privado en el salón de los sombreros o de los pescados, como le llaman por la decoración que pende de las paredes: decenas de gorros pero también de figuras de peces capturados clavados en los muros de este privado, a un costado de la entrada, pero separado por una doble puerta que al cerrarse se convierte en un refugio apartado del resto de la casa. Con un aforo de apenas una veintena de personas repartidas en tres mesas largas; Gaby Cañedo dio cátedra de lo que es un tequila, ese licor destilado de agave tequilana Weber en su variedad azul, cuya producción está limitada a cinco entidades de México, incluida Tamaulipas, distanciada completamente de la zona productora alrededor de Jalisco, por razones políticas, argumentó la especialista con el mismo desconcierto que todos los asistentes.

—Debe tener entre 35 y 55 grados para ser tequila —especifica Cañedo—. Todo lo que esté por arriba o por debajo, no es tequila. Es licor de agave.

En esa clase de poco más de una hora, Gaby Cañedo lanzó además dos grandes críticas a cómo se toma el tequila en México: una contra el prejuicio machista de que es una bebida de hombres rudos, y como tal, se bebe de un solo trago; y un segundo, que se toma en caballito, ese vaso alargado como cono cortado con fondo grueso y que es ligeramente más ancho en la boca. Así como los llaveros con la mascota de cada pueblo y las playeras con el nombre de las localidades y la frase de “Alguien que me quiere mucho me trajo...”, de los souvenirs más comunes cuando se visita cualquier localidad del país, son los célebres caballitos como recuerdos para los viajeros a México, popularizados, a decir de la experta, en las películas del cine de oro mexicano.

Por sorpresa, la degustación en Micaela se llevó en copas alargadas y delgadas similares a las flautas que se utilizan para servir champagne o vinos espumosos, diseñadas y fabricadas por la propia empresa de Gaby. El consejo de usar las copas de vino acompañado de la demostración práctica de sus efectos: Cañedo ordenó probar la primera bebida en la copa, y luego trasvasarla primero a un vaso rojo pequeño de plástico, como los de muestra del supermercado, y después a un vaso corto de cerámica,

similar a los célebres *shots*. Según Jesús Ortiz, “Chucho Espina”, especialista en mezcal de Oaxaca, esta última técnica la utilizan los extranjeros con las bebidas espirituosas de alto contenido alcohólico para esquivar su poderoso sabor.

—Y porque nada más vienen a emborracharse sin saber qué es —reclamó en una conversación casual en la primavera de 2017, pero que se mantiene vigente para este caso.

Para evitar esta mala práctica, que por cierto sí evita que el sabor de la bebida se expanda por la nariz y boca de quien la bebe, Gaby descubrió que lo ideal para beber el tequila es usar este tipo de copas, con lo que su aroma pasa de un olor etílico a uno floral, frutal e incluso tostado, según la antigüedad y la técnica de añejado de cada variedad, y el sabor se suaviza desde el amargo abrasador y contundente del trago de golpe hasta un dulce cítrico o más untuoso similar a la vainilla, que con chocolate amargo o chocolate con leche puede explotar aún más esas sensaciones.

—Este lo podrían combinar con un postre —resaltó la experta ante un público sorprendido por el efecto de una copa sobre el mítico licor asociado con los charros, la fuerza, el picante y el dolor.

Al término de la lección, que maravilló hasta a los organizadores, Alberto agradece a Gaby y reitera, como cada cata similar a las realizadas a lo largo de 2019, que Micaela no es nada más un lugar de placer.

—También hay mucho conocimiento aquí —lanza mientras con los brazos extendidos dibuja un círculo en referencia al salón de los sombreros, donde 13 meses atrás se llevó a cabo la citada “Cata de oro”.

Conforme la pandemia perdió fuerza, Micaela regresó a la normalidad. Así se pasaron los meses en el restaurante, con eventos para recuperar el tiempo perdido durante el confinamiento y aún más tras la vacunación contra la Covid-19 y la disminución paulatina del riesgo de contagio, aunado a que las distintas variantes del virus causaron enfermedades cada vez menos agresivas. Micaela siguió celebrando encuentros especiales, pero todos más por festejos populares que por los propios: Día de San Valentín, Día de las Madres, cenas temáticas en Navidad y Año Nuevo. En 2021, por ejemplo, la última cena del año fue temática de regreso a los años 20 del siglo XX.

A la par, los reconocimientos para Micaela no cesaron en estos años. Primero, en agosto de 2021, la nana presumió en redes sociales el reconocimiento de la plataforma Tripadvisor por ser uno de los restaurantes más populares entre sus usuarios, con el distintivo “Travelers’ Choice 2021”. Una semana después, el restaurante participó en el encuentro “Morelia En Boca”, con el que se ofreció un

menú compartido con las chefs Rebeca de Anda de Micaela y Rubí Silva del restaurante Los Mirasoles, de la capital michoacana. Mientras que para finales de septiembre se realizó una segunda edición de la cata “Puro Chile”, esta vez con temática sensorial, en la que se vendó los ojos a los asistentes y se les pusieron audífonos para acompañar la degustación con música acorde a los platillos y las bebidas.

En el marco del tercer aniversario, Micaela tampoco hizo una fiesta propia, sino que la dedicó a “Las niñas de mis ojos”, un encuentro que celebró a seis mujeres, entre ellas tres integrantes del staff del restaurante: la chef Rebeca, la repostera Areli García y la mixóloga “Xexa”, acompañadas de las productoras de vino Natalia Badán de Cavas del Mogor, e Ivette Vaillard, de Tres Mujeres, y la cocinera tradicional del restaurante oaxaqueño Levadura de Olla, Thalía Barrios. Y aunque hubo y sigue habiendo varios motivos para celebrar a Micaela, como su inclusión entre los 250 grandes restaurantes de México en la Guía Gastronómica 2022 de Culinaria Mexicana, o la inclusión en la Star Wine List como un destino relevante para los amantes del vino, también a principios de ese año, fue hasta ese octubre cuando llegó una fiesta completamente en su honor.

Era el cuarto aniversario de Micaela. Se trató de una cena en que la historia de la cocina mexicana se hizo presente con seis tiempos en que se mezclaron además la música, la geografía, y, sobre todo, el amor por la comida. Apenas un mes atrás, en septiembre de 2022, el restaurante se hizo acreedor al Premio al Mérito Restaurantero “José Inés Laredo” a la cocina mexicana entregado por la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (Canirac). En su sitio oficial, el organismo explicó que la distinción se debió a que se trata de un “Restaurante de concepto yucateco, basado en los ingredientes de mar, locales y toda la filosofía de una cocina hogareña en el que cada platillo se diseña con historia y nostalgia, sabores que llenan el alma. El concepto surgió de una carta que contenía memorias de una nana de los años 1800; una historia que inspira a mirar las miles de historias de México, siendo la comida el mayor lenguaje de amor que trasciende con el tiempo”.

Alberto Nacif lo resumió de una forma muy particular:

—Nos reconocieron como el restaurante más mexicano— dice.

Y eso era: el restaurante más mexicano cuyo plato principal es el pulpo, usa leña y escabeches para cocinar y ofrece una variedad de comida de mar con ingredientes más allá de las costas de la Península de Yucatán. Y también sirve mole, tamales y tostadas, pero que difícilmente lleva a la mesa quesadillas, pozole o chilaquiles, así como otros platillos con los que se identifica la gastronomía nacional. Pero sí tacos. Porque los tacos nunca pueden faltar. Como en su fiesta de cuarto aniversario,

donde incluso el cuarto tiempo, a cargo de la chef Rebeca, sirvió para homenajear al platillo más típico de la cocina tradicional mexicana y revisó la historia de los tlacos. Así, con “1” intermedia, porque ese era el nombre original.

—Si hay algo que me gusta muchísimo a mí es la historia detrás de la gastronomía de México — lanzó la chef Rebeca para comenzar su alocución esa noche de 6 de octubre de 2022—. México esconde muchas maravillas y muchos secretos, y parte de estos secretos está a través de los platos. (...) Los tacos muy probablemente nacieron en un mercado cerca del centro del país, y nacieron como un intercambio. El “tlaco” realmente es una moneda que existía en la época de los hacendados, que le daban a la gente para poder intercambiar en los mercados y es ahí donde debieron de nacer. ¿Qué es lo que hacía la gente? Iba al mercado y pedía tlacos en forma de pesos como cuando vamos al mercado y pedimos. “¿Me das 5 pesos de cilantro?” o “¿Me das 5 pesos de tortilla?”. Muy probablemente se pedían tlacos y cuando la gente terminaba de comprar, pasaba por donde estaban las señoras vendiendo guisos y decían “Me da un tlaco de barbacoa o me da un tlaco de huitlacoche”. Y fue así como la palabra se fue transformando y lo que envolvía, pues, la historia, y terminó siendo un tlaco.

Esa noche, la cena, un evento llamado “Los lugares que me habitan”, se maridó no sólo con bebidas *ad hoc*, sino que también se acompañó de música de las regiones de los platillos, como en este caso el centro de México, para darle más sabor al “tlaco”, que fue un preparado de hoja santa con un chile relleno de barbacoa de pato acompañado de chicharrón para romperse al lado y colocarse sobre el tlaco, y junto a ellos, una salsa hecha con la reducción de la barbacoa con jitomate y nopal para darle acidez y representar la parte de la milpa, ese sistema de producción agrícola que sustenta al maíz, la base de la tortilla y el requisito más indispensable para un taco.

—Este plato... —enfaticó Nacif— ¡Hey! Pongan atención porque es importante. —llamó para que todos los comensales lo atendiéramos—. Este plato trae instrucciones de uso.

El platillo, como el crudo de atún, favorito del chef y a veces también aparentemente el favorito de Rebeca, tenía pasos para comerse, que si bien son sólo directrices para aprovechar al máximo su sabor, reflejan la esencia del maestro y la alumna de querer siempre guiar al comensal por su experiencia, que es algo más que sólo comida.

La cena tuvo el propósito de conmemorar los cuatro sitios que marcan la historia de Micaela: Nueva Orleans, Veracruz, Ciudad de México y Oaxaca, y para ello se plantearon platillos que aludieron a todas estas y otras geografías relevantes para entender al restaurante “más mexicano”. La comida además se maridó con cuatro vinos y una cerveza elegidos por los sommeliers Alberto Nacif y Rangel

Salazar, un par de cocteles preparados de la mixóloga “Xexa” León, y hasta un mezcal de pechuga edición especial para el cuarto aniversario de Micaela, como dicta la tradición oaxaqueña de que cada mezcal tiene como fin una celebración, ya sea una fiesta patronal o un festejo familiar, a cargo del mezcalero Samuel Santiago, para el brindis final con un trago dulce.

En la comida participaron distintos cocineros con reconocimiento internacional, como Carlos Gaytán, el primer mexicano en ganar una estrella Michelin con su restaurante Mexique en Chicago, quien preparó un taco de chorizo de camarón con salsa de pimiento y almendras; la chef Celia Florián, de Las quince letras, que presentó dos tiempos: un tamal de mole amarillo (tesmole) y un pescado envuelto en hoja de plátano, recordando además el poder de volver un platillo cotidiano una experiencia de lujo, como proponía Carlos; el chef de la casa, Vidal Elías, que hizo un tlacoyo de lengua con *foie gras* y frijoles, para condensar la esencia chilanga con la cocina francesa, dos de sus muchos hogares; el chef estadounidense Jeremiah Tower, quien preparó la entrada, un platillo de cangrejo con *remoulade*, una salsa francesa hecha a base de mayonesa y mostaza, con la esencia de Nueva Orleans, y recado negro, típico de Yucatán; y la chef Sofía Cortina, de La Vitrine, reconocida como la mejor repostera de América Latina en 2020, encargada del postre: una tarta de guanábana con lima para destacar los ingredientes de la Península de Yucatán, un quinto destino imprescindible hoy en la historia de la nana Micaela.

La cena “Los lugares que me habitan” por el cuarto aniversario del restaurante sirvió además como recordatorio de que la comida también cuenta historias: de vida, de lugares y de personas, como se hace todo el tiempo en Micaela, uno de los objetivos fundamentales del proyecto. Apenas en abril de 2023, Micaela Mar y Leña fue reconocido como el mejor restaurante de Yucatán por la revista *México Desconocido* en los premios “Lo Mejor de Yucatán”, distinción tras la cual, como ocurrió con las anteriores, los dueños entregaron un reconocimiento impreso a todos los colaboradores del negocio, pues cada uno de ellos formó parte de esa historia, y así como ocurre con los clientes, al personal también se le dan sus “cariñitos”. En enero de 2024, el restaurante de la nana sumó una distinción más al ser reconocido como “Restaurante del año” en la Guía México Gastronómico 2024 editada por Larousse Cocina y Culinaria Mexicana.

Para Vidal, comunicarse a través de la comida es algo más que necesario. Se trata de algo que pasa todo el tiempo, aunque no siempre nos damos cuenta. Según el chef, todas las familias tienen una Micaela. Pero que no se malentienda. No se trata de una nana, de esas que en familias de altos ingresos pueden llevar la crianza de los hijos, costumbre que pasó de ser como un reflejo del lujo en la mayoría

de los casos a una necesidad para algunas parejas en las que tenían que trabajar los dos progenitores y, por supuesto, que pudieran costearlo. Costumbre que por cierto, se mantiene en lugares como Mérida.

Nacif dice que su “Micaela” era su abuela, allá en Reforma de Pineda, Oaxaca, pueblo donde pasó su infancia. Y como Mica, la suya también era nana.

—Trabajaba todo el día— recuerda el sommelier con nostalgia a la mujer que al igual que la mulata, preparaba un arroz cremoso El de ella, con salsa verde de tomate.

La historia también se repite entre el personal del restaurante. Apenas en octubre de 2020, como parte de las actividades para motivar al personal a crear nuevos platillos y estimular su creatividad, los dueños organizaron en Micaela un concurso entre 10 cocineros llamado “Taco Mío”, en el cual los muchachos elaboraron una propuesta de platillo que contara parte de su historia personal. El ganador resultó ser una propuesta que recordaba a la historia de la nana. Se trató de un taco de uno de los platillos más emblemáticos de Yucatán: sopa de lima. Para lograrlo, se hizo una mezcla de pollo asado marinado en recado rojo por doce horas, sofrito de cebolla y tomate desglosado con jugo de lima, cubierto con puré de lima tatemado y cebolla morada encurtida con chile habanero envuelto por una tortilla azul.

—En honor a mi abuelita, ‘doña Chabe’, ya que decía que no hay forma de cocinar una buena sopa de lima si no es a la leña —contó Micaela en sus redes sociales.

La cita no era de Micaela sino de Sam, el parrillero, y su abuela, que había fallecido a los 82 años a causa de la pandemia apenas unos meses atrás. Cuando tenía unos cinco años, recuerda el joven cocinero, su abuela cocinaba todos los platillos en su estufa de gas, excepto uno: la sopa de lima.

—Salía de la cocina y se sentaba en un banquito en el patio, a la sombra del árbol de lima, era la única sombra que teníamos en la casa. Ella juntaba las piedritas y hacía ahí su leña —cuenta Sam, nostálgico, rompiendo por primera vez la seriedad que lo caracteriza mientras prepara pollo rostizado con verduras para la comida del día para él y el resto del personal. Porque esa es la idea de Micaela: siempre tener algo que ofrecer de comer a sus niños.

Rangel está en la misma sintonía, pues ve una historia similar a la de Micaela en su abuela Rita, quien también fue nana. Él y su familia son originarios de Peto, una localidad a unos 135 kilómetros al sureste de Mérida, su abuela salió de Yucatán de joven para trabajar en el norte de México, primero en Tijuana, y luego se fue al otro lado, a Estados Unidos. Pero cuando regresó, se avecindó en Mérida, donde se contrató como nana de dos niñas hijas de una pareja de médicos.

—Ella se iba desde las seis de la mañana y regresaba a las cinco o seis de la tarde. Ella las vio crecer prácticamente. Hoy una es licenciada en administración de empresas y la otra es abogada. Ellas la quieren muchísimo. Murió la mamá de ellas y murió el papá, y su nana es su nana. Su nana Rita. Y pues hasta el día de hoy le hablan, la van a visitar, le llevan cosas. Es muy bonito, yo creo que de pronto esas mujeres que pudieron ser madres y que después se dedican justamente a trabajar de madres, que son las nanas, tienen mucho para dar, muchísimo, y siempre están pensando en sólo el hecho de dar, y eso también es Micaela —abunda el gerente del restaurante.

De su abuela Rita, recuerda que le cocinaba el frijol con puerco como nadie, aquel que en la Península de Yucatán se estila comer sólo los lunes, y que cuando regresaba de la escuela estaba siempre listo a la mesa. Pero, además, el también sommelier cuenta que su abuela hacía una bebida de cebada con limón incomparable. Y el refresco podría parecerse a cualquier otro, pero la de su abuela era diferente.

—Le ponía algo más —afirma con sospecha mientras exprime con el índice y el pulgar el fantasma de un limón sobre un vaso que sólo está presente en su memoria.

Vidal en cambio recuerda que su ‘Micaela’ era su tía Carmelita, una mujer que durante su infancia en Comalcalco siempre estaba presta para servir a los demás. Cuando apenas estaba uno terminando de desayunar, dice el chef, ella ya estaba pensando en qué hacer para comer. Desde muy temprano, detalla, ya se había parado para ir por el maíz para hacer las tortillas.

—Y siempre tenía una jarra de agua bien fresca para cuando acabáramos de jugar —rememora. A la tía Carmelita la describe como alguien que no se sentaba a la mesa hasta que todos estuvieran ahí. Y aunque falleció varios años atrás, el recuerdo de su comida y su vocación de servicio aún vive en el chef tabasqueño.

—¿Qué era lo que más te gustaba de su comida?

—Los chongos zamoranos. Hace mucho que ya no los como.

—¿Por?

—Mi tía falleció cuando era chico, tenía como 10 años. Después los volví a probar, pero eran de lata y no me gustaron. Ahí se me acabó ese amor —dice Vidal con un dejo de decepción mientras caminamos a Micaela bajo el sol del mediodía.

—¿Le has contado a tus papás esa historia?

—¿Cuál? —revira como tratando de evitar el tema.

—La de tu tía Carmelita.

—Fíjate que no. Se la voy a decir —resuelve para dar por cerrado el tema.

La historia de la nana no solamente se repite entre el personal del lugar, sino que resulta clave para conectar con los comensales. Alberto recuerda a una pareja de casados de unos cuarenta y muchos años quienes visitaban por primera vez el restaurante. Y como a cada nuevo visitante, el sommelier les presentó la historia de la nana. Conforme avanzaba en los detalles, notó que algo cambiaba en el semblante del esposo, mientras la esposa le tomaba la mano.

—Tranquilo —le decía ella.

Alberto siguió con el relato. Con la parte de que salió de Veracruz tras la muerte de su papá, porque la iban a casar.

—Tranquilo —repetía la esposa mientras ella le tomaba la mano y los ojos de él se ponían rojos y trataba de agachar la mirada para esconderla.

Y Nacif no entendía bien qué pasaba, por lo que decidió avanzar cada vez con más tiento con la historia de Micaela: que subió al ferrocarril, que viajó lejos, que llegó sola, que a donde llegó la atrajo una señora, que la llevó a su casa para ayudarle y terminó cuidando a su primera hija. Entonces el esposo rompió en llanto. Alberto detuvo el relato.

—¡Es ella! —lanzó el hombre desbordado por las lágrimas mientras su compañera lo abrazaba y acompañaba su llanto con palmadas sobre su espalda—. Mi nana se llamaba Micaela. Y esa es su historia —sentenció.

Aunque toda regla tiene excepciones, la hipótesis de Vidal cobró más fuerza que nunca. Y la historia de Micaela también.

—A fin de cuentas se parece a una historia que todos tenemos —sentencia el chef—, porque Micaela es una mujer ordinaria con una historia extraordinaria. Y todos tenemos una persona con este tipo de historia: que su forma de dar amor es a través de la comida.

Conclusiones

Como se mostró en el presente texto, el perfil como género periodístico permite caracterizar a un personaje, grupo o lugar, desde diversos puntos de vista y con mayor amplitud a diferencia de una entrevista, una nota o una reseña. Ello además da pie a explorar al objeto perfilado en distintos momentos, lo que ofrece una visión trascendente y que permite documentar su evolución y sus nuevas cualidades, así como registrar aquellas que cambiaron en ese tránsito.

Por otro lado, al tratarse de un género periodístico literario, el perfil ofrece la oportunidad de utilizar recursos narrativos como diálogos, descripciones más extensas y opiniones del autor que enriquecen la interpretación de los sucesos contados y además, a diferencia de los géneros solamente informativos, no buscan ocultar la existencia de este, sino que incluso dejan huellas de la presencia de quien es autor del texto.

La construcción de este perfil periodístico representó un proceso de aprendizaje e investigación constante y un desafío en cuanto a su planeación y ejecución. Desde la perspectiva académica, la formación universitaria apenas fue un punto de partida para entender el proceso creativo que requiere una pieza de un género periodístico literario como en este caso. Para abonar a este conocimiento se requirió de varias lecturas más allá de lo ofrecido en el paso por las aulas así como lecciones y capacitación adicionales, obtenidas mayormente durante el desempeño profesional del autor.

Una de las principales lecciones que dejó este trabajo fue el uso de la metodología de investigación periodística, una vez elegido el tema, se pudiera planear la ejecución y definir las fuentes a las que se acudiría y los recursos que se requerirían para ello. Y si bien la bibliografía consultada menciona a las entrevistas y la observación no participante como dos de las principales técnicas empleadas para la construcción de un perfil periodístico. También se realizó una revisión documental en distintas instancias de gobierno y bases de datos.

Luego, en la fase de la escritura hubo varios momentos en que se tuvo que replantear tanto el enfoque como la estructura del texto. Ello debido al tiempo que pasó entre la concepción del proyecto, la investigación y el término del documento, de alrededor de dos años. De modo que se tuvo que actualizar tanto el planteamiento como el enfoque desde el cual se contaría la historia para darle actualidad, una característica propia del periodismo, a la vez que se pudiera construir una pieza atemporal. Se tuvo que buscar un hilo conductor distinto al planteado originalmente, lo que requirió una ampliación de la investigación así como un cambio en toda la estructura del texto.

Además, se tuvo que cuidar otra de las características del periodismo: la novedad. En este caso se buscó integrar la historia del restaurante Micaela Mar y Leña con la de sus propios protagonistas y algunos relatos del personal al interior del negocio, lo que amplía la visión de esta organización y da mayor contexto sobre su relevancia como un restaurante relevante en la escena gastronómica local y nacional.

En la parte profesional, la ejecución de un trabajo de esta naturaleza permitió conocer las necesidades de un proyecto de largo aliento, poco frecuente en las redacciones digitales, de acuerdo con mi experiencia profesional. Los géneros periodísticos literarios y en general los textos de mayor extensión resultan casi impensables en las ediciones digitales, sobre todo, por la demanda de productos ágiles y de rápido consumo, que son los más requeridos por los medios de comunicación en la actualidad. Por ello fue en un proyecto académico en que se optó por poner a prueba la capacidad de creación de un texto de mayor extensión y sin la presión de su publicación inmediata.

Uno de los principales retos del perfil como género periodístico es el acceso al personaje perfilado, lo que muchas veces no es tan sencillo al tratarse de personajes famosos o celebridades, quienes muchas veces optan por mantener su vida privada en reserva. En el caso de los dueños del restaurante, si bien fueron accesibles desde el principio al conocer el proyecto, hubo varias personas a las que se buscó en varias ocasiones e incluso, como se menciona en el texto, la negativa del inversionista mayoritario precisamente por un tema de privacidad. Aun así, este ejercicio permitió rastrear a muchos otros personajes vinculados con los dueños de Micaela Mar y Leña y que conocieron del proyecto del restaurante en varios momentos y algunos otros más allá de su esfera inmediata y que también contribuyeron con información relevante para complementar la historia.

Desde la perspectiva como editor, este texto se planteó con un enfoque principalmente de periodismo de negocios, además de que aborda diversas aristas relacionadas con la industria gastronómica, como la pesca y la distribución de alimentos, así como el turismo, al que se adscribe la industria restaurantera. Pero también desde el punto de vista netamente gastronómico, la parte más relacionada con el lujo y el estilo de vida cobra relevancia en varias partes del texto, donde se destaca la descripción de la experiencia en el restaurante como un elemento informativo y que ayuda a integrar las demás perspectivas.

En suma, la elaboración de un perfil periodístico exige que el autor eche mano de múltiples recursos de la profesión para su elaboración y demanda una planeación más allá de la coyuntura para alcanzar una pieza que pueda mantenerse vigente con el paso del tiempo y sobre todo lograr su fin, que

es dar cuenta de un personaje trascendente en medio de una gran oferta informativa que orilla a la inmediatez y en donde muchas veces, no tienen espacio los proyectos de largo aliento.

Referencias

- Araujo, A. (2011, 14 de enero). “El 2011 de Redzepi. Entrevista” [en línea]. Reforma, Sección Buena Mesa. Recuperado el 8 de octubre de 2021, de [https://busquedas.gruporeforma.com/reforma/Documento/Impresa.aspx?id=4038757|InfodexTextos&url=https://hemerotecalibre.reforma.com/20110114/interactiva/RBMS20110114-006.JPG&text=redzepi+cena+mejor+chef&tit=.](https://busquedas.gruporeforma.com/reforma/Documento/Impresa.aspx?id=4038757|InfodexTextos&url=https://hemerotecalibre.reforma.com/20110114/interactiva/RBMS20110114-006.JPG&text=redzepi+cena+mejor+chef&tit=)
- (2011, 18 de enero). “La cena del mejor chef del mundo” [en línea]. Reforma, Sección Buena Mesa. Recuperado el 8 de octubre de 2021, de [https://busquedas.gruporeforma.com/reforma/Documento/Web.aspx?id=1218532|ArticulosGC_Reforma&url=https://www.reforma.com/galeria_de_fotos/images/1254/2507761.jpg&text=redzepi+cena+mejor+chef&tit=.](https://busquedas.gruporeforma.com/reforma/Documento/Web.aspx?id=1218532|ArticulosGC_Reforma&url=https://www.reforma.com/galeria_de_fotos/images/1254/2507761.jpg&text=redzepi+cena+mejor+chef&tit=)
- Ayora Díaz, S. I. (2014) “El performance de lo yucateco: cocina, tecnología y gusto”. Revista Alteridades, vol.24 no.48, México jul./dic. 2014. Recuperado el 4 de octubre de 2021, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-70172014000200006.
- Balam, L. (2023, 17 de julio). “Pesca ilegal del pulpo en Yucatán evidencia protección ‘de chocolate’ a la especie” [en línea]. Causa Natura. Recuperado el 26 de julio de 2023, de <https://causanatura.org/periodismo-cn/pesca-ilegal-del-pulpo-en-yucatan-evidencia-proteccion-de-chocolate-a-la-especie>.
- Bastenier, M. Á. (2001). El blanco móvil. Curso de Periodismo. España: Aguilar. 300 pp.
- Benedict, H. (1991). Portraits in Print : A Collection of Profiles and the Stories Behind Them [en línea]. Recuperado el 20 de octubre de 2020, de <https://books.google.je/books?id=r4S-AwAAQBAJ&printsec=copyright&hl=es#v=onepage&q&f=false>.
- Brillat-Savarin, J. A. (1869). La Fisiología del Gusto o Meditaciones de gastronomía trascendental [en línea]. Madrid: Maxtor. Edición 2010. Recuperado el 14 de octubre de 2021, de https://books.google.com.mx/books/about/Fisiologia_Del_Gusto.html?id=xbC8Lkij4nAC&printsec=frontcover&source=kp_read_button&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false.
- Campbell, F. (2016). Periodismo escrito. México: Secretaría de Cultura. 292 pp.

- Canirac (2022, 2 de septiembre). “Ganadores Premio al Mérito Restaurantero 2022”. Canirac. México. Recuperado el 26 de julio de 2023, de <https://portal.canirac.org.mx/noticias/ganadores-premio-al-merito-restaurantero-2022/>.
- Caparroso, J. y Medina, A. (2020, 15 de septiembre). “Rappi vive un buen 2020: sus planes de crecimiento se aceleraron con la pandemia” [en línea]. Forbes México, Sección Negocios. Recuperado el 5 de octubre de 2021 de <https://www.forbes.com.mx/revista-impresa-rappi-con-un-bendito-2020-sus-planes-de-crecimiento-se-aceleraron-con-la-pandemia/>.
- Castillo, A y Escamilla, O. (2002, 31 de julio). “Taller: Perfiles Periodísticos con Jon Lee Anderson” [en línea]. Fundación Gabo, Sección Relatorías. Publicado el 6 de octubre de 2016. Recuperado el 20 de octubre de 2020, de <https://fundaciongabo.org/es/recursos/relatorias/taller-perfiles-periodisticos-con-jon-lee-anderson>.
- Conapesca (2021). Encuesta Nacional de Hábitos de consumo de Pescados y Mariscos en México 2020. México, Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural. 82 pp.
- Cuna Mérida [@cuna.merida]. (20 de agosto de 2020). Cuna Cocina Honesta, es poner en alto el amor, el detalle y el respeto que tanto merece el producto y su origen. [Fotografía]. Instagram. Recuperado el 29 de octubre de 2020 de https://www.instagram.com/p/CEIWI_dnDmP/.
- Echeverría, M. (2020, 16 de diciembre). “Tras un año de crecimiento, ¿cuál es el futuro para las dark kitchens?” [en línea]. Expansión, Sección Empresas. Recuperado el 5 de octubre de 2021, de <https://expansion.mx/empresas/2020/12/16/tras-un-ano-de-crecimiento-cual-es-el-futuro-para-las-dark-kitchens>.
- Gutiérrez, A. R. (2014). Migración calificada: Las deficiencias del sistema educativo mexicano y su repercusión en los profesionistas [en línea]. UNAM: México. 92 pp. Recuperado el 20 de julio de 2023 de https://tesiunam.dgb.unam.mx:443/F/X5EDYVM9PAYT54VSKHY8YS6U123F6LMFPNJ1Y164J9X8DNS9S1-02725?func=service&doc_library=TES01&doc_number=000729233&line_number=0001&func_code=WEB-BRIEF&service_type=MEDIA%22.
- Hernández, R. (2020, 2 de noviembre). “Cuna, la aventura de los sabores” [en línea]. Crónicas del sabor, Sección En Tendencia. Recuperado el 25 de octubre de 2020, de <https://www.cronicasdelsabor.mx/cuna-la-aventura-de-los-sabores/>.

- "Idearia Lab (2019, 30 de julio). Innovación en las empresas. El podcast de la Innovación, episodio 1 [en línea]. Recuperado el 20 de octubre de 2020, de https://open.spotify.com/episode/oEhB3RCJAHELSOqtrr6GA3?si=_CJHRc_sQyyizLQIDEEQdQ&utm_source=copy-link."
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2020). Resultados complementarios. Censo de población y vivienda 2020 [en línea]. México: Inegi. Recuperado el 20 de octubre de 2021, de https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/ccpv/2020/doc/Censo2020_Resultados_complementarios_EUM.pdf.
- (2021). "Presentación de resultados. Censo de población y vivienda 2020" [en línea]. México: Inegi. Recuperado el 5 de octubre de 2021, de https://inegi.org.mx/contenidos/programas/ccpv/2020/doc/Censo2020_Principales_resultados_EUM.pdf.
- Jaramillo Agudelo, D. (2012). Antología de crónica actual latinoamericana. México: Alfaguara. 656 pp.
- Jiménez, R. (2015, 2 de marzo). "De Italia para Comalcalco: Tavola" [en línea]. Periódico El Chompipe, p. 6. Recuperado el 7 de octubre de 2021, de <https://docplayer.es/amp/23378733-Multitudinario-apoyo-a-grabur-presenta-upgm-a-bellezas-defensor-unico-de-los-intereses-del-pueblo-entregan-constancia-como-precandidato-unico.html>.
- Joseph, S. y Keeble, R. L. (2016). Journalism and de Human Interest Bias [en línea]. New York: Routledge, Recuperado el 21 de octubre de 2020, de https://read.amazon.com/litb/BO16MUE516?f=2&l=es_US&ref_=look_inside.
- Lozano, L. F. (2017, 11 y 12 de noviembre). Notas del "Taller sobre crónicas e historias de no ficción" con Javier Sinay. México.
- Lozano, L. F. (2020, 20 de octubre). "¿Tienes un restaurante? Ellos buscan invertir en tu negocio" [en línea]. Forbes México, Sección Negocios. Recuperado el 5 de octubre de 2021, de <https://www.forbes.com.mx/negocios-restaurante-inversion-fondo-resto-fund/>.
- Mexicanfoodporn (2017, 29 de marzo). "René Redzepi y su romance con Yucatán" [en línea]. Vice, Sección Munchies, Recuperado el 10 de octubre de 2021, de <https://www.vice.com/es/article/aep4mp/hokol-vuh>.

- Micaela Mar y Leña. [@michaelamarylena]. (25 de junio de 2018). Mi papa fue esclavo, en los campos de algodón en Nueva Orleans, no me apena su color, el cual llevo... [Fotografía]. Instagram. Recuperado el 29 de octubre de 2020 de <https://www.instagram.com/p/BkdUSPdBWa6/>.
- (9 de septiembre de 2020). No puedo concebir la vida sin el picor de un buen chile y estoy segura mis niños, que ustedes... [Fotografía]. Instagram. Recuperado el 29 de octubre de 2020 de <https://www.instagram.com/p/CE7TdpmAEax/>.
- Morago, G. (2016, 15 de enero). “La Fishería ready to swim in the big pond. Chef Vidal Elias Murillo takes over the reins at La Fishería” [en línea]. Houston Chronicle, Sección Restaurants & Bars. Recuperado el 24 de octubre de 2020 de <https://www.houstonchronicle.com/entertainment/restaurants-bars/article/La-Fisheria-ready-to-swim-in-the-big-pond-6762322.php>.
- Nordic Co-operation (2004). The New Nordic Food Manifesto [en línea]. Dinamarca: Nordic Council and the Nordic Council of Ministers. Recuperado el 14 de octubre de 2021, de <https://www.norden.org/en/information/new-nordic-food-manifesto>.
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (2019). GLOBEFISH Highlights - Issue 1/2019. A quarterly update on world seafood markets including January-September 2018 Statistics. Italia: FAO. Recuperado el 26 de julio de 2023 de <https://www.fao.org/documents/card/en/c/CA4185EN>.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2010). La cocina tradicional mexicana, cultura comunitaria, ancestral y viva - El paradigma de Michoacán. Patrimonio Cultural de la Humanidad. Unesco. Recuperado el 12 de octubre de 2021 de <https://ich.unesco.org/es/RL/la-cocina-tradicional-mexicana-cultura-comunitaria-ancestral-y-viva-el-paradigma-de-michoacan-00400>.
- Rivera, M. (2011, 18 de enero). “El chef René Redzepi, número uno del mundo, rinde honores a la comida maya” [en línea]. Expansión, Sección Vida & Arte. Recuperado el 8 de octubre de 2021, de <https://expansion.mx/entretenimiento/2011/01/18/el-chef-rene-redzepi-numero-uno-del-mundo-rinde-honores-a-la-comida-maya>.
- Rosendo, B. de (1997) El perfil como género periodístico [en línea]. Recuperado el 19 de octubre de 2020, de <https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/8672/1/20091106225918.pdf>.
- Ruiz, J. (2018, 29 de noviembre). “Yucatán tendrá 637 nuevos residentes a la semana en los próximos seis años” [en línea]. El Financiero, Sección Península. Recuperado el 28 de octubre de 2020, de

<https://www.elfinanciero.com.mx/peninsula/yucatan-tendra-637-nuevos-residentes-a-la-semana-en-los-proximos-seis-anos/>.

Sánchez, S. (2020, 10 de julio). “¿Qué son las ‘dark kitchens’ y cómo revolucionarán la industria del consumo?” [en línea]. Forbes México, Sección Negocios. Recuperado el 5 de octubre de 2021, de <https://www.forbes.com.mx/que-son-las-dark-kitchens-y-como-revolucionaran-la-industria-del-consumo/>.

Viaña, E. (2015, 14 de septiembre). “Cocina honesta con la mejor materia prima”. Diario Expansión de España, Sección Gastronomía. Recuperado el 25 de octubre de 2020, de <https://www.expansion.com/directivos/estilo-vida/rincones-gastronomicos/2015/09/14/55f6bb2c268e3ea44e8b458c.html>.

Villanueva Chang, J. (2008). “Un extraterrestre en la cocina”. En: Elogios criminales, México, Random House Mondadori. 252 pp.

Wolfe, T. (1998). El nuevo periodismo. España: Anagrama. 216 pp.

Zapata, R. (2013, 14 de junio). “Decreto Número 73. Decreto por el que se declara la gastronomía yucateca ‘patrimonio cultural intangible del estado de Yucatán’” [en línea]. Diario Oficial del Gobierno del Estado de Yucatán. Año CXVI, No. 32,832. Mérida, Yucatán, viernes 14 de junio de 2013, edición Vespertina, p. 3. Recuperado el 28 de octubre de 2020, de https://www.yucatan.gob.mx/docs/diario_oficial/diarios/2013/2013-06-14_vespertino.pdf.