

L'ofici pastisser, entre el calendari litúrgic i l'algoritme

La pastisseria gironina, lligada al calendari litúrgic i al cicle vital, viu un període de confluència. L'ofici tradicional s'adapta a les dinàmiques de globalització i les xarxes socials. Àngel Garcia Pubill, president en funcions del gremi, veu en aquest canvi l'oportunitat de potenciar l'excel·lència artesana i la qualitat del producte de proximitat com a signes d'identitat.

Text i fotos > ELARA PI

La pastisseria de la demarcació de Girona és un reflex viu de la cultura, l'artesania i la societat local. L'ofici, lligat històricament al calendari litúrgic i a les festes vitals, viu actualment un moment de profunda transformació: coexisteixen el *savoir faire* tradicional

amb la irrupció de la globalització i de les dinàmiques digitals. Àngel Garcia Pubill, president en funcions del Gremi de Pastissers de Girona, dibuixa un panorama en què la qualitat es posiciona com a via de futur, i no percep aquesta evolució com una amenaça, sinó com una oportunitat per reafir-

mar l'excel·lència artesana davant les noves demandes. El Gremi de Pastissers de Girona actua en aquesta tessitura com a element cohesionador i impulsor de la formació contínua, i vetlla perquè l'adaptació a les noves tècniques (ja siguin de conservació o d'estètica) no es faci a costa de la qualitat de la matèria primera, un fet innegociable per a la demarcació.

L'anàlisi del consum i l'economia del client revela un patró clar en les darreres dècades, a partir del 2010. Garcia Pubill aporta una distinció essencial: si bé el consum diari ha disminuït —la gent controla el pressupost i demana menys quantitat—, la pastisseria tradicional es recolza en el bastió de resistència de l'estacionalitat. «La gent vol panellets per Tots Sants, torrons i neules per Nadal, el tortell de Reis, la crema de Sant Josep, el tortell i la mona per Rams i Pasqua, i la coca per la revetlla de Sant Joan». Aquesta llista de festivitats marca, en el fons, el calendari vital del català, una seqüència de consum que no s'ha trencat. Així doncs, la ferma voluntat de respectar el calendari tradicional, lligat a la memòria familiar i cultural, és la que sosté l'ofici i garanteix una estabilitat econòmica durant l'any.

Reivindicació artesanal

I és aquesta dinàmica la que permet als pastissers conviure amb la pressió de les franquícies *low cost*, ja que la seva



No miras nostre profit
ni menos nostre ganancia,
gustant oli en abundancia,
no t' saps moure del fregit:
atent lo que s' tinch dit,

o mira lo que est llibret diu;
sabrás de guisar perdit
moltó, zallinas y bou.....
Va, mestressa, ja n' tinch prou
de gustos ningú n' escriu.

LA CUYNERA CATALANA

Ó SEA

REGLAS ÚTILS, FACILS, SEGURAS Y ECONOMICAS PER CUYNAR BÉ.

ESCULLIDAS

dels Autors que millor han escrit sobre aquesta materia.

GUADERN I.



BARCELONA

Impremta de la V. Torras, plasa del
Bonsucces n. 2.

>> Coberta amb xilografia del segle XIX de La cuynera catalana, receptari de cuina i rebosteria.



>> Façana d'una pastisseria històrica i tradicional, la Pastisseria Trias de Santa Coloma de Farners.

batalla no és de preu, sinó de valor i qualitat. La diferència de preu entre un producte d'obra i un d'industrial es justifica en l'elecció de la matèria primera (margarina *versus* mantega, vainilla natural *versus* essències) i en l'absència d'additius. Aquesta és la narrativa que el gremi vol transmetre al consumidor. Garcia Pubill reivindica el treball artesanal com un impuls innegable del producte de proximitat. La seva crítica se centra en la pèrdua d'identitat, ja que inevitablement la desaparició del pastisser tradicional seria una pèrdua de patrimoni i d'identitat cultural irrecuperable, visible en el moment que es deixessin de consumir productes de la terra elaborats seguint el cicle estacional.

Igualment, la globalització ha comportat la introducció de formats internacionals —*cheesecake*, els *doughnuts*

gourmet, *cruffins* o *layer cakes*—, però Garcia Pubill insisteix a diferenciar els actors de cada escenari. El treball de l'obra de pastisseria, més petit i familiar, és molt diferent del d'un obrador de restaurant o botiga especialitzada, que centren el producte en el consum immediat, i que fan ús de tècniques i ingredients de vida útil curta (no cal que el producte sigui tan cuit). Aquesta pastisseria de tendència, sovint anomenada *fusion pastry*, depèn molt de les xarxes per a la promoció, i pot prioritzar l'ús de greixos estables i processats amb l'objectiu de crear textures i formes molt fotogràfiques.

Per contra, el pastisser gironí manté la vocació de fer un producte més sensible i menys processat, que no requereix conservants. La seva prioritat se centra en el recorregut de la matèria primera de proximitat (llet, ous, frui-

tes) fins al plat, garantint l'excel·lència des de l'inici. La pastisseria artesana, en canvi, se centra en productes que han de mantenir la qualitat i la frescor sense additius, i aquesta distinció és clau perquè la pastisseria local assimili les modes sense renunciar al mètode. L'artesà local ha trobat en la fusió (per exemple, un tortell de Reis amb festuc o un pastís de formatge amb crema catalana) la via per mantenir la fidelitat del client jove sense traïr l'esperit de la recepta tradicional, assegurant sempre la màxima frescor i la traçabilitat dels ingredients.

Els nous reptes dietètics han passat de ser una opció d'inclusivitat a una obligació de mercat. Garcia Pubill assuumeix que la demanda de productes sense lactosa o sense gluten, o d'aliments de dieta vegana, és ineludible. Aquesta tendència reflecteix més consciència social sobre les al·lèrgies i la salut, i força el gremi a una innovació constant en ingredients i processos. Tanmateix, un dels temes més difícils i costosos de gestionar és el d'evitar la contaminació creuada d'al·lèrgens, ja que per garantir productes segurs per a celíacs o al·lèrgics a la llet (que poden reaccionar amb traces mínimes) calen obradors, eines o fins i tot forns separats.

Aquesta gestió de la seguretat no és trivial. El procés duplica l'esforç i el risc legal per a l'obra, a més de requerir una extrema higienització i un extens coneixement dels ingredients especialitzats (farines certificades, substituïts vegetals, etc.). Finalment, el producte d'inclusió sol ser força més elevat i aquesta és una realitat que el consumidor ha d'entendre i acceptar com un cost de seguretat, traçabilitat i esforç humà.

Dels fogons a la pantalla

La influència de l'era digital ha obligat els obradors a aixecar la mirada dels fogons cap a la pantalla. Actualment, la batalla visual es lliura tant al taulell com a Instagram o TikTok. Més enllà del gust, la «instagramabilitat» o l'esteticisme són un factor de consum indiscutible, especialment per al públic jove. Però Garcia Pubill és crític amb la superficialitat, perquè «la pastisseria tradicional no té res a veure amb la pastisseria de tendència, la *fusion* o la *d'all-day*», que és «visualment molt bonica i personalitzada, però sovint feta de sucre, mantega i poc més».



>> Plata de xuxos, dolç tradicional gironí.

Encarar el nou repte que suposa el fet que el jovent prioritzi la fotografia per sobre de la qualitat no és poca cosa. El president recorda l'efecte de les modes del *cupcake*, lligades a la pastisseria creativa americana, i de les botigues que van obrir i tancar a Girona perquè la seva popularitat va disminuir notablement. Paradoxalment, aquesta febre per la imatge contrasta amb l'explosió del verd del festuc als aparadors, que s'ha consolidat tant en forns de pa de barri com en pastisseries especialitzades. El missatge és clar: el sabor i l'ofici són elements de perdurabilitat, però les modes visuals són efímeres.

Més enllà dels desafiaments estètics i de mercat, o de les noves necessitats dietètiques, el futur de l'obrador encara depèn de la mà d'obra humana. Garcia Pubill fa una declaració particularment significativa sobre l'estructura laboral actual, en què reconeix que la feina segueix essent dura i sacrificada —especialment en franja horària i dies festius—, si bé la nova maquinària permet conciliar més hores de son que no pas abans. Aquesta modernització de l'obrador, tant amb maquinària de fred per a conservació com amb noves batedores i sistemes de forn, és fonamental per fer que l'ofici sigui menys esclau, atès que elimina part de la càrrega física que històricament dificultava el relleu generacional. Gràcies a aquesta inversió, el pastisser pot gestionar millor les hores de fermentació i repòs, fet que facilita la conciliació, especialment per als treballadors que provenen de famílies joves.

Obradors oberts a la diversitat

Bona part dels treballadors i aprendents que resisteixen de bon grat el ritme de l'obrador són, tot sovint, nouvinguts, i, en una gran majoria, dones. Val la pena recordar que durant dècades l'ofici de pastisser era considerat patrimoni —essencialment familiar— d'homes autòctons, i que les dones quedaven relegades a l'atenció al públic, la venda al taulell o a l'administració econòmica, mentre que l'obrador era un espai estrictament masculí. Avui, aquesta tendència ha canviat per necessitat i per evolució social. Així doncs, els nouvinguts, que tenen interès per aprendre i integrar-se, aporten noves tècniques i perspectives culturals sense que es perdi l'arrel catalana.

Paral·lelament, l'ascens de la dona als llocs de decisió i lideratge és una fita necessària. Ja no són només al taulell o en la gestió, sinó que han reeixit com a mestres pastisseries que comprenen i incorporen les noves sensibilitats del mercat. Elles connecten, amb visió pròpia, les tendències actuals i l'estètica digital. Aquest canvi de paradigma no només garanteix el relleu

generacional de l'ofici, sinó que el democratitza i aporta una perspectiva més global i actualitzada.

L'evolució de la pastisseria gironina, tal com la dibuixa Àngel Garcia Pubill, es defineix com un procés de resistència intel·ligent. L'obrador entén la necessitat de dialogar amb la modernitat sense renunciar a l'essència, i de mantenir amb fermesa la qualitat de la matèria primera i el respecte per l'estacionalitat. L'aposta pel valor de la tradició esdevé l'arma més efectiva contra la despersonalització del mercat global. El gremi té clar que la clau no és fer més, sinó fer-ho millor, a fi d'aconseguir un prestigi que cap franquícia pugui reproduir. La història de la febre del *cupcake* és el testimoni que les modes efímeres s'esvaeixen, mentre que el saber fer i l'arrelament perduren.

En aquesta cruïlla de tradicions i tendències, la peça fonamental continua essent la dedicació a l'ofici, lligada a la terra, la cultura i la festa. Una part vital del futur de la pastisseria implica, per tant, l'ascens professional dels nouvinguts i de les dones, per garantir que la tradició, impulsada per noves mans i visions, tingui el relleu i la perdurabilitat assegurats per als pròxims anys.



>> Interior de la Pastisseria Trias, amb expositors murals.