

Rescatando sabores

Slow Food-Illes Balears recupera el pimentón con que se hacía la sobrasada. Mientras, tres cocineros arrancan nueva etapa en hoteles de lujo.



Recolección y proceso de secado al sol de pimientos de la variedad 'tap de cortí'.

De un año a esta parte, el acontecimiento gastronómico más relevante en las Islas no tiene como protagonista ni a un chef ni a un bodeguero ni a un restaurador. La recuperación de 117 variedades autóctonas de frutales a punto de desaparecer ha sido una iniciativa de la delegación balear de **Slow Food**, que está luchando a brazo partido para que productos y sabores locales vuelvan a estar presentes en paisajes, mercados y manteles. "De la semilla a la mesa" podría ser el lema de su campaña *Fruiters d'un temps* (Frutales de antaño), cuyo objetivo es salvaguardar el patrimonio alimentario de un territorio tan frágil, vapuleado y reducido como es el archipiélago balear. ¿Puede haber algo más trascendente desde el punto de vista gastronómico? Como resultado de la primera fase de esta campaña, **Slow Food** distribuyó entre la población casi 3.000 plantas. Para la segunda, que culminará en noviembre de 2010, ha añadido dos nuevos frutales: melocotoneros e higueras. Esta última especie, representada con 31 variedades, 12 de ellas con el máximo grado de riesgo de erosión genética. Además, en el nuevo catálogo figuran cuatro tipos de manzano menorquines. Se trata de frutas y árboles que han desaparecido de huertas y mercados, reemplazados por variedades comerciales foráneas mucho más productivas e incom-

parablemente más insípidas. Pero no es todo. El último golpe de inspiración de *Laura Buadas* y *María Solivellas*, cabecillas y cabezas pensantes de **Slow Food-Illes Balears**, ha sido la recuperación del cultivo de pebre tap de cortí, variedad local empleada tradicionalmente para la elaboración de pimentón, ingrediente básico de la sobrasada. Iniciativa con doble objetivo, ya que también quiere sacar del olvido el proceso artesanal de obtención de este condimento: desecación de las sarts de pimientos al sol, posterior secado en horno de leña y molienda a la piedra. Para comprender la importancia de esta campaña, hay que tener en cuenta que el pimentón de tap de cortí aporta un sabor distintivo a la sobrasada, alimento emblemático de Mallorca. Hoy en día, la especia que utilizan los productores de este embutido proviene en buena parte de Brasil y Marruecos.

"Saltos" de cocinero

Ya en el terreno de la restauración, la novedad más importante es la apertura del restaurante **Simply Fosh** en un céntrico hotel de Palma. *Marc Fosh*, que lleva trece años en Mallorca, acentúa la vocación mediterránea de su cocina al tiempo que apuesta por una oferta asequible (menú de mediodía a 18 euros) y un servicio desenfadado. En carta, platos en los que

se reconoce claramente el estilo fresco e imaginativo que el chef inglés desarrolló en el hotel **Read's**, caso del lomo de bacalao en costra de pesto con sopa fría de almendras y gelatina de verjus.

Otro movimiento en firme es el que ha protagonizado el cocinero mallorquín Bartomeu Caldentey, quien ha trasladado su restaurante, **Es Molí d'en Bou**, al hotel **Protur Sa Coma Playa**. A escasos kilómetros de su pueblo natal, Sant Llorenç, donde abrió en el año 2000, asienta su estilo a través de platos sintéticos, con producto principal resaltado mediante contrastes



El restaurante Simply Fosh y su terrina de confit de pato, foie-gras y espinacas.



Es Molí d'en Bou y sus gambas con arroz venere.

(siempre congruentes) y exento de guarniciones. Dos ejemplos: gamba roja con puré de berenjena y aire de almendra, y gallo de San Pedro con zanahoria (en puré y en gel ligado con tapioca), caramelo de naranja y jugo de carne. Para acabar, dar noticia sobre un fichaje de última hora. Otro hotel de máximo nivel, en este caso el mítico **Formentor**, que cumplió 80 años en agosto, se decanta por un joven cocinero de la tierra. Tras el paréntesis invernal, *Andreu Genestra* (Inca, 1983) se enfrentará al reto de situar su restaurante gastronómico, **El Pi**, a la altura del resto de prestaciones. En la cena de presentación ante los medios, organizada en septiembre junto a la bodega **Jaume Mesquida**, el nuevo chef exhibió buen producto autóctono (gamba roja de Pollença, cerdo negro de Porreres, leche fresca de una vaquería de Llubí), precisión técnica y picardía en combinaciones de sabor como el arenque marinado con oliva negra rebozada. Si dijéramos que este discípulo de *Neichel* y *Adrià* "apunta maneras", nos quedaríamos cortos. □

Cuestión de ética

Arrancó el curso con una excelente noticia: la creación de la Asociación de Periodistas y Escritores Gastronómicos de Baleares. Entre sus objetivos, "desligar el ejercicio de las tareas informativas de las meramente publicitarias o comerciales, que tanto proliferan y llevan a equívocos y a confusión entre ambas". Sus estatutos establecen varios requisitos para el ingreso como asociado, entre ellos la acreditación de "profesionalidad contrastada, antigüedad y continuidad en el ejercicio" del oficio. Además, se declaran "incompatibles" para los asociados "las actividades comerciales, publicitarias o de cualquier índole similar". Una discriminación fundamental, ya que, en el ámbito de la profesión, se ha detectado un creciente intrusismo por parte de publicistas gastronómicos que se hacen pasar por periodistas. Este punto entronca con uno de los fines de la asociación: "velar por el cumplimiento de la ética profesional en el ejercicio del periodismo gastronómico".

Se trata de una asociación integrada únicamente por periodistas especializados y en la que, por tanto, no tienen cabida editores, comerciales, restauradores, gourmets, abogados, mecánicos o cocineros. De todos es sabido que, en esta profesión, el amiguismo o compadreo es siempre un mal consejero, especialmente cuando toca abordar el género periodístico de la crítica. Últimamente, proliferan las guías y publicaciones gastronómicas de pago, es decir, aquellas que dan prioridad e incluso exclusividad a sus abonados, anunciantes y amiguets. Independientemente de la calidad de los contenidos, por lo general tirando a mediocre, la información queda sesgada de antemano debido a su planteamiento comercial, muchas veces encubierto.