

# R

LA NACION  
Revista

11 DE NOVIEMBRE DE 2012

ESPECIAL  
GOURMET

BOOM SALUDABLE  
LOS MERCADOS  
TOMAN LA CALLE

MÁXIMO LÓPEZ MAY  
COCINAR RICO  
Y CON PASIÓN

## EL CABALLERO DEL VINO

Vida y obra de Nicolás  
Catena, el hombre que  
hizo que el mundo cayera  
rendido al pie de una copa  
de Malbec argentino





### VARIEDAD Y GUSTO

Además de los productos para cocinar, los mercados ofrecen en el momento los sabores orgánicos y caseros dulces o salados. Hay de todo, desde una tarta de frutos hasta jugo de pasto de trigo orgánico.

**S**orprender al comensal con productos frescos y sabrosos es la gran meta tanto de los chefs como de quien busque agasajar a su familia. Los cocineros saben esto y el cliente lo espera cada vez más. A la hora de cocinar en casa el tema tiene la misma importancia. El máximo ejemplo cotidiano es que ya nadie se deja engañar por tomates que no saben a nada ni por cebollas agudas.

El producto tiene su estación y es importante que lo asumiendo para poder disfrutar de lo mejor que da cada temporada. Hay que exigirle a los distribuidores que consigan frescos y mejores mercaderías. Por fresco también se entiende local, es decir, que sean productos nuestros que achiquen la distancia que hay del campo a la mesa. Hace mucho que desobrimos que la leche no viene del supermercado. Rico, sano, local, estacional y natural son los atributos más esperados en la nueva era del plato.

El auge de la gastronomía de los últimos años, la búsqueda por comer mejor y más rico y la tendencia a lo gourmet de lo cotidiano genera una demanda por cosas que de donde llego que está serido. Al mismo tiempo, la inquietud llevó a los nuevos *foodies* a buscar distintos ingredientes para encontrar nuevas experiencias

en la cocina. Quizá esto se asocie con rescatar los orgenes y sea tan simple como poder comprar papas sabrosas para freír o preparar un pastel.

En Buenos Aires hay una nueva y amplia oferta de ferrets mercados que se condice con la cantidad de sibilantitas en aumento. Cada una tiene un perfil diferente, pero el denominador común es que ofrecen productos locales y la apuesta es que comer rico hace bien. En ellas se puede conversar con los distintos productores de quesos, fiambres, semillas, frutas, verduras, aceites o panaderías.

Algunas ofrecen comidas e ingredientes que se acercan más a lo orgánico y a las vertientes del *raw food* o *fast good*, como Buenos Aires Market y Sabe la Tierra. Otras se dedican al cuidado por la selección de productos frescos y estacionales más allá de la tendencia. Esto último es lo que plantea la gente de Accella, la asociación de cocineros y empresarios del país, que prepara para el próximo fin de semana Masticar: la feria de los chefs que apoya la promoción y el consumo de productos frescos y la comida casera, un hábito de alimentación saludable. Masticar propone un programa para toda la familia en donde se podrá comer rico y variado en sus pue-

### ADEMÁS

**MASTICAR**  
Del 16 al 18 de noviembre en El Bosque, Zapallo 50  
[www.ferriamasticar.com.ar](http://www.ferriamasticar.com.ar)

**SAN TELMO VERDE**  
Los viernes de 10 a 19 en Perú 677

**AGAPERU**  
18 de noviembre en Costa Rica y Armenia





## MIRAR Y SABOREAR

*Itinerantes o fijos, en cada puesto el foco está en la calidad*

## Tendencia mundial

► **FUERA DE SERIE** En el cartel de la marquesina del restaurante Trendy West Village de Nueva York se puede leer: "Platos elaborados con productos cosechados a menos de 100 millas". Esta exagerada broma sobre lo saludable se da en el restaurante que abrió el editor de una neoyorquina revista que dirige Ted Danson en la serie *Bored to Death*. Su principal rival, un supuesto editor de GQ, inaugura otro reducto artesanal, como lo llaman, diciendo que ofrece lubina a rayas pescada con anzueto y que todos sus alimentos llegan de granjas que están a menos de 50 millas.

► **EL SUEÑO DE LA HUERTA PROPIA** El producto fresco es el mayor lujo que el comensal puede saborear en el plato, y este fenómeno no pasa sólo en

Buenos Aires o Nueva York, sino que es mundial. Una muestra de ello son los restaurantes con huerta propia, es decir, los que ni siquiera recorren un kilómetro para buscar sus ingredientes, sino que elaboran sus platos con vegetales y verduras que cosechan en el local. Estos lugares se denominan *rooftop farm* (terrazza granja) ya que gracias a sus diseños muy especiales logran todo el sabor de los alimentos en el techo del restaurante ubicado en pleno centro urbano. Brooklyn Grange instaló una huerta de 150 metros cuadrados en la terraza de Rosemary, el nuevo y exclusivo espacio con impronta italiana que se encuentra en Greenwich Village. En su techo crecen rábanos, rúcula, tomates, pimientos, romero, calabaza, zapalitos y menta.



FOTO: BRIAN PARK

*Huerta en el techo del restaurante Rosemary, en Nueva York*

tos de comida. Pero la gran diferencia de esta feria es la posibilidad de interactuar con algunas de las estrellas que hicieron famosa a la gastronomía en la TV. Además, servirán los platos estrella de sus restaurantes a precios accesibles.

Sabe la Tierra propone un encuentro directo entre productores y consumidores en consonancia con la naturaleza. Se realiza los fines de semana y convoca a más de 8000 personas por mes. Familias, jóvenes, chefs y vecinos de la zona norte incorporaron al mercado como el lugar donde hacer sus compras, tomar contacto con los productores y pasar un día diferente.

Buenos Aires Market se realiza un fin de semana por mes y reúne a productores de alimentos orgánicos de la Argentina. "Empecé a notar mucha gente interesada en comer saludable. No sólo en qué comemos, sino cuánto y también cómo lo hacemos. Hoy está de moda y este contexto me abrió la puerta para hacer la feria como la hacen en Londres o Nueva York", explica Juan Aznárez, creador de la feria y director del sitio [www.planetajoy.com](http://www.planetajoy.com). La primera se hizo en abril y ocupó dos cuadras; luego, en los bosques de Palermo y Barracas. La próxima será en las plazas de Barracas de Belgrano. Además de comprar, se puede comer al paso en las mesas comunitarias del mercado y compartir charlas y experiencias.

San Telmo Verde funciona los viernes dentro de una galería y propone productos naturales, orgánicos y artesanales. "El campo en la ciudad", proponen sus organizadores ya que todo llega directo de los productores.

En una línea más ligada al origen y a los productos gourmet de alta gama, se realizó en el Tribuna Plaza la primera Jumbo Deli & Wine, una feria de 6000 metros cuadrados de vinos y productos en donde además de bebidas espirituosas, se degustaron fiambres, quesos especiales, panadería gourmet, olivas, chocolates y variedades de café de origen. La próxima semana también se realizará AgaPerú, una feria con puestos de los restaurantes más importantes de comida peruana en Buenos Aires.

Durante el paseo por las ferias y los mercados urbanos se puede dialogar con los protagonistas, asistir a charlas, disfrutar de espectáculos para chicos y grandes y compartir lo saludable en familia. El changuito o la eco bolsa son fundamentales para llevar todo hasta la cocina. ●