



Sociedad

18/03/2012 Actualizada el 18/03 a las 11:34

La alta cocina recupera la humilde fruta

Imprimir | Enviar a un amigo



EFE / Madrid

PUBLICIDAD

Del frutero de casa a las mesas más lujosas del momento, la humilde "fruta del tiempo" vive un resurgir gastronómico y pasa a protagonizar los postres de algunos de los mejores restaurantes, mientras el mercado recibe versiones de "alta gama" de manzanas, plátanos y piñas.

Para Jordi Roca, "alma" de los postres de El Celler de Can Roca (tres estrellas Michelin y número 2 del mundo según la revista Restaurant), la fruta "es el ingrediente principal" de cualquiera de sus creaciones culinarias, "es lo que da vida a los postres".

Roca se rige por tres principios básicos: usar frutas que sean de temporada; que, "obviamente", tengan la máxima calidad posible, y que hayan sido cultivadas no muy lejos del restaurante.

En los últimos tiempos, el repostero trabaja con frutos rojos de una explotación ecológica "a diez minutos del Celler", con manzanas y peras de la zona, y con más de 200 cítricos que protagonizan algunos de sus postres más célebres, como el "Núvol de Llimón", que también ha inspirado la creación de un perfume.

Otros de los platos del Celler en los que la fruta es la estrella son la "Manzana caramelizada", realizada con variedad royal gala cultivada en Girona, "Cromatismo naranja", a base de zanahoria, mandarina, naranja, fruta de la pasión y yema de huevo, o una variedad de este plato en verde, con manzana, lima, aguacate, pepino e higos verdes como ingredientes.

"Antes era difícil encontrar fruta cercana de calidad, y ahora por suerte cada vez hay más", apunta Roca.

Mientras, para Xavier Pellicer, jefe de cocina de Can Fabes (dos estrellas Michelin), uno de los mayores lujos posibles es "comer fruta que sabe a fruta, que haya madurado en el árbol", y que aunque no sea estéticamente perfecta, sí lo sea en cuanto a sabor.

Algunas de las creaciones de Pellicer que reflejan esta apuesta por el producto de la tierra son un postre de manzana con trufa en el que el cocinero ha jugado con diferentes texturas del llamado "fruto prohibido", o una esponja helada de lichi con sorbete de frutos rojos que lleva a la boca toques de ácido y de frescor.

También se decanta por las fresas del Maresme, quizá no tan bellas como las que se ven en los lineales del supermercado, pero insuperables en carnosidad y muy jugosas.

"Y siempre mirando que el sabor no quede demasiado enmascarado", precisa el chef, quien apuesta por "ser exigente en el origen de la fruta para poder realizar un postre con un sabor más puro, más sincero".

La revalorización de la fruta también ha traído consigo la llegada al mercado de frutas "premium", productos considerados de alta gama que, según los responsables de su comercialización, aúnan sabor y estética.

Este factor es importante a la hora de competir con grandes superficies en las que, si bien los estándares estéticos son altos y una fruta debe ser perfecta para poder ser puesta a la venta, su sabor no lo es tanto.

Al haber sido recolectadas demasiado verdes para que aguanten el largo proceso de distribución internacional, estas frutas dejan buena parte de sus cualidades en las cámaras de refrigeración en las que son almacenadas y maduras.



(Foto: C7)

AMPLIAR

Fruta expuesta.

Etiquetas de la noticia

fruta gastronomía



Diez Minutos en todas las islas,
Desde el viernes 10 de febrero
tu periódico y la revista Diez Minutos
por tan sólo 1,50€

Estadísticas

Esta noticia ha sido vista 275 veces.

[Añadir a Mis artículos](#)

Debe ser **usuario registrado** para añadir esta noticia a su selección.

[Vote esta noticia](#)

¿Le ha parecido interesante esta noticia?

Por ello, los cocineros hacen hincapié en que lo mejor es consumir frutas que se cultiven cuanto más cerca, mejor, y siempre respetando el calendario estacional.

Todo ello abre el camino a las frutas "de lujo", como los plátanos y piñas con los que ahora desembarca en España la casa italiana Fratelli Orsero o las manzanas pink lady.

La presentación de estos productos recuerda a una estampa que siempre sorprende a los occidentales que visitan Japón, en cuyos grandes almacenes cada pieza de fruta se vende primorosamente envuelta de forma individual y se cobra a precio de caviar.

"Delicatessen de máxima calidad", "mucho más que una manzana" o "elegante y sensual" son algunos de los reclamos publicitarios de estas nuevas firmas ya implantadas en otros países europeos como Italia, donde Orsero facturó en 2011 unas 690.000 toneladas de piña y banana destinadas al mercado gourmet

COMENTARIOS DE LOS LECTORES

Los usuarios registrados pueden valorar los comentarios y no necesitan escribir su nombre y correo al incluir un comentario nuevo. [Regístrate o entre](#) con su nombre de usuario y clave.


Comente esta noticia:

Por favor, use un lenguaje apropiado. Todos los comentarios son revisados antes de su publicación, por lo que no aparecen inmediatamente. Su dirección de correo no será publicada.

Su comentario (máx. 300 caracteres):

Nombre:

e-mail:

 (si es un usuario registrado, al identificarse en la página no necesitará volver a incluir estos datos en sus comentarios, y aparecerá su avatar al lado de los mismos)

- Esta es la opinión de los lectores, en ningún caso la de Canarias7.es
- No se permitirán comentarios ofensivos o contrarios a las leyes españolas.
- Tampoco se permitirán mensajes no relacionados con el tema de la noticia.
- Las palabras escritas en mayúsculas equivalen a gritos en Internet, por eso canarias7.es no publica comentarios que contengan palabras o frases escritas de esta manera.
- El envío de comentarios supone la aceptación de las **condiciones de uso**.

 cars. actuales

ENVIAR

Canarias7.es

[Aviso legal](#)

[Quiénes somos](#)

[Publicidad](#)

[Promociones](#)

[Mapa web](#)

[Contacto](#)

[Accesibilidad](#)

Servicios

[Cartas al director](#)

[Suscripciones](#)

[Venta PDF](#)

[Buscador](#)

[Titulares en RSS](#) 

[Agenda de ocio](#)

[Especiales](#)

Otras webs y publicaciones

[Revista C7](#)

[Clasificados](#)

[Espacio Canarias7](#)

[Canarias y su gente](#)








Comercialización y Auditoría

Publicidad local 

Publicidad nacional 

Página auditada por 