



MENÚS VARIADOS

Antonio Vergara

bloggastronomicodeantoniovergara.wordpress.com

La mejor caballa, en primavera

Durante la primavera, las caballas macho obligan a las hembras a trabajar para ellos apresando alimentos «gourmet». Ellas avistan los bancos de pececillos y les obligan a dirigirse al punto donde los machos aguardan a la espera del extenso menú.

Describamos sucintamente a la caballa o verdel. Tiene el hocico puntiagudo, la boca grande —como **Julia Roberts**— y su mandíbula inferior un poco más adelantada. Dientes pequeños y agudos, dispuestos en una fila en ambas mandíbulas. Ojos

de tamaño normal. Párpados adiposos, uno anterior y otro posterior que dejan una estrecha banda vertical en el centro. Cuerpo fusiforme y alargado, un poco comprimido lateralmente. Desde luego, no es una buena candidata a Miss Belleza del Mar.

Normalmente mide veinte ó treinta centímetros. Pero puede alcanzar los cincuenta centímetros y pesar dos kilos o más. La caballa, cuando está muy fresca, exhibe un bonito color azul verdoso en su dorso, con reflejos metálicos y manchas negras sinuosas dispuestas en zigzag y con forma de V.

Como ya han llegado las Fallas, o así nos lo parece por las primeras mascletás, la crida y los petarditos que lanzan los niños (¡qué monos!) sépase que en esta época del año, y hasta principios del verano, la caballa o verdel se alimenta con pececillos pelágicos y otros microscópicos habitantes de los mares, especialmente los que constituyen el plancton, tan de moda entre los cocineros mediáticos. Hay una chef que guisa una fideuà de plancton.

La caballa come como un tragaldabas. Devora compulsivamente crustáceos pelágicos, a quienes persigue y captura uno a uno. En cuanto al plancton, lo obtiene tamizando el agua por medio de sus branquias.

Uno de los aforismos más tópicos del pedante **Jean Anthelme Brillat Savarin** (1755-1826) es que «uno es lo que come», refiriéndose al ser humano. Una tontería como otra cualquiera. Entreténganse en observar a las personas de su alrededor y se darán cuenta de la falacia de Brillat-Savarin.

Puede que Savarin se refiriera a la caballa (u otros peces) y no a los seres humanos. Si fuese así, acertó. Por-

que una vez que las hembras han puesto los huevos de donde saldrán sus caballitas y caballitos, se dispersan por la superficie de los mares (Mediterráneo, costa atlántica de América del Norte y Mar del Norte) buscando comida «gourmet», pero no «de autor» ni de vanguardia: sardinas, boquerones, espadines, crustáceos pequeños, etcétera. Los antiguos pescadores de merluza del pincho de la cornisa del Cantábrico han relatado cómo manadas de caballas «gourmet» asaltaban sus anzuelos y les robaban los cebos.

En Francia, las caballas pequeñas («lisettes», cual *vettes* del Moulin Rouge) proceden del Canal de la Mancha. El nombre francés de la caballa es «maquereau». ¿Saben por qué? Porque durante la primavera, los machos obligan a las hembras a trabajar para ellos apresando todo tipo de alimentación «gourmet». Ellas avistan los bancos de pececillos y, maniobrando militarmente, los rodean y les obligan a dirigirse al punto de encuentro X, fijado previamente, donde los machos (macarras del mar) ya han puesto la mesa y el mantel, a la espera del extenso menú degustación. A causa de este ruín comportamiento de las caballas macho, a los proxenetas se les llama «maquereaux» en el argot francés de los bajos fondos.

Pescado succulento, barato y de pobres. Desde que advino la crisis económica, la caballa es el pescado preferido de los chefs más —o menos— famosos. Hoy encontramos caballa por todas partes. Menos en el mar.

La caballa enlatada data de 1885, aproximadamente. Unos franceses de Boulogne comercializaron sus filetes, marinados con vino blanco y aromatizantes. A mediados de los años noventa del siglo XX, los vascos inventaron el «baskaviar», huevas de caballa en frasco, a imitación del caviar pre Jomeini, culpable en gran parte de la desaparición del esturión («animal impuro», sin escamas) y por consiguiente del caviar. El chef **Luis Irizar** redactó un breve recetario. Un ejemplo: gelatina de ostras, «baskaviar» y bacalao ahumado con crema de coliflor. Todavía lo conservo.

La Ruta del Vino Utiel-Requena celebra un foro sobre innovación y marketing en enoturismo

► EL COLECTIVO HA PUESTO EN MARCHA **WINE ACADEMY**, UNA INICIATIVA PARA IMPARTIR CURSOS DE CATA

VICENTE M. REQUENA

El espacio cultural Feliciano Antonio Yéves de Requena acoge hoy el primer foro de enoturismo que, bajo el título «Innovación en la comercialización y marketing en enoturismo», iniciativa organizada por la Ruta del Vino de la DOP Utiel-Requena en la que se abordarán aspectos relevantes

sobre la comercialización y la importancia del enoturismo como producto turístico diversificador.

Junto a esta iniciativa, el colectivo acaba de presentar su última propuesta para potenciar las visitas a las bodegas adscritas a la Ruta del Vino. «Wine Academy» es una programación de cursos de cata y visitas guiadas a diferentes bodegas de la zona. En esta primera entrega participan ocho bodegas y una almazara de aceite. La programación arranca el próximo domingo 13 de marzo en Chozas Carrascal y se prolongará hasta el 8 de mayo.

ACTUALIDAD

La gama Sandara estrena «Wine Mojito»

► Bodegas Vicente Gandia vuelve a demostrar que no todo estaba inventado en el mundo del vino. Tras el éxito de ventas que ha supuesto la gama Sandara, la bodega ha decidido presentar nuevos productos en esta línea. Así, en los próximos días se lanzará al mercado el Sandara Wine Mojito, una bebida que conjuga lo mejor de nuestra tradición vinícola y la ale-

gría y frescura del Caribe. Se elabora macerando el vino blanco con lima y hierbabuena, lo que le aporta ese carácter caribeño. Sandara Wine Mojito es un vino tipo sparkling de fina y delicada burbuja y de baja graduación (solamente 8% de alcohol). **v.**

MORCILLO VALENCIA



La DOP Valencia reparte más de 2.000 degustaciones en el Mercado Central

► **ONCE BODEGAS HAN PARTICIPADO DURANTE EL PASADO FIN DE SEMANA EN LA PROMOCIÓN VINS AL MERCAT**

VICENTE MORCILLO VALENCIA

El Mercado Central de Valencia ha acogido durante este fin de semana una actividad de la DOP Valencia para promocionar sus vinos e incentivar su consumo moderado. «Vins al Mercat. Esencia de Valencia» ha superado las expectativas iniciales y durante las dos sesiones programadas (viernes y sábado por la mañana) las once bodegas participantes (Vegamar, Celler del Roure, Bodegas Enguera, Nodus, Clos Cor Ví, Santa Bárbara de Titaguas, Cherubino Valsangiacomo, Clos de la Vall, La Baronia de Turís, El Villar y Mitos) sirvieron más de dos mil degustaciones en la plaza del Mercado Central, que registro una alta afluencia de público.

Para completar la acción, más de una docena de tiendas de vinos del propio Mercado Central ofrecieron a los visitantes la posibilidad de adquirir los vinos catados en las mesas de degustación (dos referencias por cada una de las bodegas participantes) a precios especiales.

Coincidiendo con el evento, el



El Mercado Central acogió el pasado fin de semana una promoción de vinos de la DOP Valencia. LEVANTE-EMV

Hasta mañana, viernes, se puede tomar un DOP Valencia con una tapa en los 30 locales de «El reto del maridaje»

Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida Valencia organizó en la sala de actividades del Mercado Central una cata para sumilleres y profesionales del sector del vino en la que se

presentaron once vinos distintos, constatando la notable diversidad que presenta la DOP Valencia en sus diferentes subzonas vitivinícolas (Alto Turia, Valentino, Clariano y Moscatel). Además, la Denominación de Origen Valencia destinará parte de los beneficios generados por estas degustaciones a la Casa de la Caridad de Valencia.

La promoción «Vins al Mercat» es una actividad enmarcada dentro de la estrategia de promoción de la DOP Valencia para este 2016 en la que también se incluye «El reto del maridaje», una ruta de tapas y vinos por una treintena de locales de Valencia que finaliza mañana viernes.