

## IV MESA REDONDA SOBRE GASTRONOMÍA



Un año más y por cuarta vez consecutiva, los profesionales de la restauración pública española y de la prensa gastronómica se reunieron en Marbella, en las instalaciones únicas del hotel *Marbella Club* para asistir a la IV Mesa Redonda sobre Gastronomía que organiza la revista *Club de Gourmets*, con la colaboración especial de American Express.

Si los anteriores encuentros gastronómicos tuvieron una constante superación en el número de participantes, en este caso se trataba más de la calidad que la cantidad, aunque esta última no desmereciera gracias al centenar largo de personas que se acercaron hasta Marbella.

Hubo importantes conferenciantes, interesantes conferencias; hubo animación, alegría, afán de participación: también hubo un tiempo maravilloso, a pesar que el calendario marcara 16, 17 y 18 de noviembre y que toda España estuviera azotada por una ola de frío; hubo, en definitiva, que dar las gracias a los cocineros que sirvieron las tres cenas de las jornadas, porque pusieron toda su sapiencia y cariño en la elaboración de los menús.

Pero vayamos por partes, y expliquemos paso a paso el desarrollo de la IV Mesa Redonda sobre Gastronomía.

### LA APERTURA

El 16 de noviembre amaneció nuboso sobre Marbella, aunque la temperatura rondaba los veinte grados. El acto de apertura de la IV Mesa Redonda sobre Gastronomía estaba fijado para la una de la tarde, en los jardines semitropicales que rodean la piscina climatizada del *Marbella Club*. Mientras los asistentes se iban reuniendo en grupos, saludándose los conocidos, las nubes se abrieron y dieron paso a un sol espléndido que entorpeció la labor de los fotógrafos, pero que, sin embargo, ensalzó la presentación de las Jornadas.

Al tiempo que Francisco López Canís en nombre de *Club de Gourmets* daba la bienvenida, una brigada hostelera del *Marbella Club* servía un aperitivo a base de frituras de pescado —chanquetes. Chopitos, calamaritos...— todo ello regado abundantemente de vino de Jerez y amenizado, una vez terminadas las palabras de salutación, por los compases de las guitarras y las voces de un dúo sudamericano que alegra las veladas del hotel del Príncipe Hohenlohe.

El señor López Canís recordó la experiencia que las anteriores Jornadas, que siempre estuvieron presididas por un lema determinado, y anunció el de las actuales: "El restaurante, optimización de su gestión." Seguidamente mencionó la personalidad y relevancia profesional de los conferenciantes y deseó a todos los participantes una feliz estancia en el marco incomparable que suponía Marbella. Por último, señaló que la singladura de la IV Mesa Redonda sobre Gastronomía sirviera para algo más que para pasar unos días agradables y que el horizonte debía ser nuevamente, la superación de esa realidad que ya es la "nueva cocina española".

### LAS CONFERENCIAS

Terminado el acto de apertura, que supuso una aventura para los responsables de las fotos y la megafonía la mayoría del público tomó posesión de las mesas al aire libre que el matire del hotel había dispuesto en torno de la piscina para el almuerzo de mediodía.

Ya por la tarde, en los locales preparados por el *Marbella Club* para las conferencias, se dio paso a la primera de las intervenciones.

Alfonso de Hohenlohe, para algunos Príncipe y para otros Alfonso, para todos, en cambio y como él mismo dijo, simplemente un amigo más abrió el abanico de conferencias. En los

prolegómenos, Luis Bettónica, asesor editorial de *Club de Gourmets* y crítico gastronómico del diario *La Vanguardia*, intentó decir que el personaje que iba a presentar lo que menos necesitaba era presentación, ya que era conocido de todos, especialmente de los profesionales de la hostelería. No obstante y a través de una breve semblanza biográfica cedió la palabra al promotor de la Cosía del Sol malagueña.

Alfonso de Hohenlohe disertó, sobre la "Importancia de la cocina en el hotel", pormenorizando sobre una serie de experiencias personales en este campo. Explicó que muy pocos hoteles en el mundo habían sabido crear un ambiente de restaurante pero que el *Marbella Club* siempre había sido, en sus 26 años de existencia, como una casa particular, intentando en cualquier momento crear unos menús diferentes acompañados a las respectivas épocas del año".

Expresó su opinión sobre la cocina francesa: "A mí me gusta la *nouvelle cuisine* —dijo— siempre y cuando sea elaborada sin exageraciones. Posteriormente añadió que la cocina actual era más sencilla y que, ante todo, se debía buscar los productos naturales de cada región.

Finalizó explicando las consignas que llevaba a cabo en su hotel. "Para saber si la cocina de un hotel es buena —señaló— hay que pedir tres cosas: un consomé, un huevo pasado por agua y una patata cocida. Si las tres cosas están hechas con cariño, es suficiente para que tengan calidad. También algo muy importante para mí es que un plato caliente se sirva hirviendo y que un plato frío se sirva helado". El Príncipe Hohenlohe dijo que estas máximas se cumplían en el restaurante de su hotel, aparte de cuidar la coordinación del personal y el ambiente del comedor. "Además, aquí llevamos una estadística al día de los gustos culinarios de los clientes, y en ella nos basamos para confeccionar nuestra carta."

La primera jornada de la IV Mesa Redonda se cerró con la intervención de Luis Marcet corresponsal de esta revista en México y propietario del restaurante *Mesón del Cid* de la capital azteca.

Marcet, catalán de nacimiento, habló precisamente sobre la experiencia de montar un restaurante español en el extranjero. La conferencia resultó de lo más entretenida, porque Luis Marcet combinaba la seriedad del tema con una exposición bienhumorada.

A lo largo de casi veinte minutos de alocución, el propietario del *Mesón del Cid* explicó, con todo detalle, la problemática laboral y profesional para montar un restaurante en México, así como la acogida que tenía por parte del público mexicano la cocina española.

"En México —dijo— existe un gran interés por la cocina española, debido quizá al intercambio turístico y porque hay muchos españoles que añoran su patria." Lo cierto es, según Marcet, que en todo Canadá, Estados Unidos y México únicamente hay dos restaurantes españoles que merecen una mención especial por parte de la guía gastronómica que elabora la revista *Trades Holydys*, entre trescientos que menciona "estos son el *Tío Pepe*, de Baltimore y el *Mesón del Cid* de México"

Terminó ofreciendo su hospitalidad y amistad a todo aquel que quisiera darse una vuelta por México.

## **EL JAMÓN DE JABUGO**

Federico Fernández Santos, presidente del Consejo de Administración de "Sánchez Romero Carvajal Jabugo. S. A.", habló del jamón español, como producto noble y bueno que ha sido siempre. Fue la primera conferencia del sábado 17 de noviembre.

"El jamón curado —continuó diciendo— ha sido un producto noble, que procede de una pieza noble (el pemil trasero) de un animal noble, el cerdo, y que siempre ha sido un alimento noble con una calidad media alta para arriba y, a veces, con una calidad tan superior que ha merecido ser adjetivizado como manjar. "

Siguió explicando todos los pormenores de lo que antes era el cerdo en España —y en el mundo— y lo que es en la actualidad. "Los cerdos pastoreaban antes y morían a los 18 meses, a veces a los dos años, incluso más. Hoy el cerdo de granja llamado intensivo y precoz que es algo así como el 95 por ciento de la producción nacional, muere a los cinco meses: tiene un rendimiento fenomenal en magro limpio, sin grasa dentro, casi blanco; vive, en dos metros cuadrados de superficie cubierta, restituye un kilogramo de peso por cada casi tres de pienso que le dan, que además, incluye magnesio, cobalto, estreptomicina, fármacos para que no sienta la llamada de la sexualidad..."

Seguidamente expuso las aberraciones que se han cometido en España en los últimos decenios con el jamón, que se le ha tratado enteramente de una forma artificial. También dijo que el punto óptimo para consumir un jamón es cuando éste está a punto de echarse a perder.

Acabó señalando las características de los jamones de cerdo ibérico, "que es un animal particularmente apto para el pastoreo y con una excepcional calidad de sufrimiento, de rusticidad. Pero además tiene dos cualidades que contribuyen decisivamente a la calidad de sus productos curados: la primera es que es el único cerdo del mundo, con capa blanca o negra, con aptitud genética para infiltrar grasa en sus paquetes musculares en la fase de engorde final: los demás cerdos hacen grasa por la periferia. La segunda es que el ibérico, al ser un animal criado con bellota, produce una grasa aceitosa, la de más bajo punto de fusión que cualquier cerdo pueda tener, y que le da la calidad, la jugosidad, el aroma, la fragancia, etc.". La conferencia, efectuada en las instalaciones del complejo turístico *Puente Romano*<sup>1</sup>, situado a 400 metros del *Marbella Club*, concluyó con la proyección de una película sobre el proceso de elaboración seguido por la firma "Sánchez Romero Carvajal-Jabugo, S. A." con sus cerdos ibéricos, desde el pastoreo a la matanza, continuando por la curación de los jamones. Seguidamente se sirvió un aperitivo, donde el plato fuerte era la degustación de jamón de Jabugo. Por la tarde, Pierre Laporte. Chef-propietario del restaurante *Café de Paris*, de Biarritz, analizó la evolución de la cocina francesa desde sus orígenes hasta nuestros días. La conferencia, breve y esquemática, no olvidó ninguna de las fases importantes de esa evolución, de esa historia. Planteó el tema de la *nouvelle cuisine*, "que es polémico y lo seguirá siendo", y rechazó cualquier tipo de exageraciones, entre ellas las que se cometen en Francia. Finalmente fijó su idea sobre lo que debe ser la cocina: "Una respuesta a las necesidades del momento, como aligerar el sistema de comer, la digestión, la salud, el tiempo..."

### **Ramón Raventos y Zino Davidoff**

El domingo, 18 de noviembre, fecha de clausura de las Jornadas, estaba marcado por un apretado programa de trabajo. Por la mañana hablaron Ramón Raventós, director de Marketing de American Express, y Zino Davidoff, mundialmente conocido por los puros habanos que llevan su nombre. Ambas conferencias tuvieron como escenario la sala de congresos del *Puente Romano*.

Ramón Raventós explicó el funcionamiento de la tarjeta de crédito, a qué se debió su implantación y la justificación actual de la misma. "Esta justificación —añadió— se debe a una serie de necesidades concretas: primera, a que en Europa existía la moda o la costumbre que el cliente, en este caso pongamos por caso de un restaurante, firmaba la cuenta o extendía un talón: segunda, que en la actualidad ya nadie circula con excesivas cantidades de dinero, y tercera, que la tarjeta de crédito es como un título de garantía."

A continuación se refirió a American Express, a sus actividades presentes y futuras, y citó algunos datos estadísticos de interés. En todo momento estuvo muy correcto con las firmas de la competencia, demostrando un gran "fair-play".

El ciclo de conferencias se cerró con la intervención de Zino Davidoff que esbozó todo el proceso de elaboración de sus puros, reconocidos unánimemente en el mundo entero como los mejores habanos. Esta supremacía, apuntó Davidoff, "se debe a que mis puros están hechos manualmente y con hojas de tres cosechas distintas".

También afirmó que el puro es exactamente igual al vino, y que como tal se debe tratar. Finalizó su alocución comentando unas diapositivas, ayudado por su acompañante el señor Scheurer, entre las cuales destacaban la forma de encender los puros.

### **CONCLUSIONES FINALES**

Por la tarde se celebró el coloquio-resumen, ya otra vez en el *Marbella Club*, dirigido por Néstor Lujan, el cual hizo una breve exposición de lo que habían sido las Jornadas, cediendo la palabra a continuación a Francisco López Canís.

El editor de *Club de Gourmets* agradeció a todos los asistentes su presencia y la colaboración que habían prestado en todo momento a la organización para que fuera más brillante, si cabía, la IV Mesa Redonda. Asimismo, el señor López Canís expuso la conveniencia que las próximas mesas redondas no fueran organizadas por la revista, pues pensaba que su misión ya la había cumplido holgadamente, por lo que pidió la opinión de todos los asistentes.

Tras varias proposiciones de distinto signo, se llegó al acuerdo de formar dos comisiones, una compuesta por restauradores y otra por periodistas especializados, para que posteriormente y a través de una serie de reuniones, se formase una comisión mixta que se encargara de la organización y lugar de celebración de la V Mesa Redonda sobre Gastronomía.

## LAS CENAS

Tres fueron las cenas de la IV Mesa Redonda sobre Gastronomía. Todas fueron dignas del magno acontecimiento, pero una de ellas destacó sobre las demás con una luz propia difícil de superar. Nos referimos a la cena del 16 de noviembre, día de apertura de las Jornadas, que fue servida por Paul Schiff en su restaurante marbellí de *La Hacienda*.

Paul Schiff, viejo conocido de los asistentes a las anteriores mesas redondas, practica un estilo de cocina muy en línea nouvelle cuisine con productos locales. Precisamente en este sentido elaboró un menú degustación que consiguió levantar al público de sus asientos cuando la brigada de cocineros de *La Hacienda* salió al comedor para saludar a los comensales.

Todo comenzó con una copa de champán, con la que Paul Schiff obsequiaba a sus distinguidos compañeros de las Jornadas. Seguidamente el público fue tomando asiento y los camareros, dirigidos por ese gran maitre que es Miguel Estrugo, sirvieron el primer plato del menú: espadón ahumado, mantequilla con hierba buena y paté de mariscos con salsa verde. Después vino un pastel de gambas caliente al Jerez fino, para continuar con un San Pedro con puerros y vinagre de Jerez y una terrina de liebre con puré de castañas. Como paso del ecuador, un caldo de melón muy frío, que sirvió para aligerar los estómagos. Más tarde llegó una pintada con uvas pasas acompañada de una mousse deliciosa de verduras. Una croqueta de queso de Ronda, con perejil frito, fue la antesala de los postres, que constituyeron, una vez más, una agradabilísima sorpresa: soufflé helado al vino de Málaga y granadas maceradas y, como colofón, una mousse de aguacate con almendras y clementinas.

Los vinos, además, estuvieron en consonancia con la calidad del menú degustación; para las entradas, un Viña Sol; para el San Pedro, Gran Viña Sol; para la pintada, un Viña Salceda del 70, y para los postres, lógicamente Málaga dulce.

Al terminar la cena y cuando ya los comensales se habían retirado en los autocares con dirección al *Marbella Club*, Paul Schiff, con el cansancio reflejado en el rostro pero contento por la labor efectuada, señaló, con la experiencia que le proporciona la asistencia a anteriores ediciones, incluso como conferenciante, "que las Jornadas que realiza *Club de Gourmets* son una idea fabulosa para la divulgación de la gastronomía en España". Recalcó también que había zonas, como la Costa del Sol, que estaban muy necesitadas de este tipo de manifestaciones para despertar en los profesionales de la restauración el estímulo, el afán de superación.

"Es una lástima que esta noche —añadió— no hubiera ningún restaurador en la costa, porque los verdaderos profesionales sacamos conclusiones muy positivas de estos encuentros. Desde luego las conferencias son eminentemente teóricas, pero siempre se puede sacar un beneficio. Además, hacemos nuevas amistades, especialmente con compañeros de profesión, intercambiamos ideas, y muchas después las ponemos en marcha en nuestro establecimiento. "

La segunda cena tuvo como escenario los comedores del complejo turístico *Puente Romano*. El menú fue sencillo, con aportaciones culinarias de la región. Una sopa de pescadores inició el ágape, siguiendo —después una cazuela de gambas Santa María. Perdices de Sierra Morena constituyeron el plato fuerte, para terminar con un sorbete de frambuesa y limón.

Para las entradas, se sirvió un Viña Solé de Bodegas Franco Españolas, y con las perdices un Berberana reserva 1970.

La cena de clausura se efectuó en el restaurante del *Marbella Club*. La ocasión fue de gala, y el menú también. Enrique Martel, sevillano y jefe de cocina del hotel, preparó como entrada una corona de aguacate con gambas. Se siguió por un consomé Escoffier, que dio paso a un delicioso pato a la sidra, guarnecido con manzanas glaseadas y patatas amandines. Para los postres, unos crepés soufflés a las frambuesas. Los vinos fueron un Paternina blanco, gran reserva, y para la caza un Paternina tinto. Como licor se sirvió un brandy Gran Duque de Alba.

En los postres, Francisco López Canís volvió a tomar la palabra para agradecer a todos los asistentes los tres estupendos días que habían pasado juntos y resaltar la fenomenal colaboración que en todo momento habían prestado Sonsoles Paradinas y Teresa Querejazu en la siempre difícil tarea de las relaciones públicas. Esta última mención fue prácticamente acallada por los aplausos de los comensales.

Terminada la cena la discoteca del *Marbella Club* fue abarrotada por el público, al igual que las noches anteriores lo fue *Regine's*, en el *Puente Romano*, donde los inscritos a la IV Mesa Redonda sobre Gastronomía tenían acceso libre.

## EL ESCENARIO

Realmente, para tan magno certamen había que recurrir a un establecimiento hotelero que estuviera, por lo menos, a la misma altura. Las instalaciones y personal del *Marbella Club*, bajo la diestra batuta de su director, el conde Rudy Schoenberg ayudado por el matrimonio compuesto por Nelecke Nootenboom y Curro Magret, ambos relaciones públicas, fueron un dignísimo, soberbio más bien, marco para la IV Mesa Redonda sobre Gastronomía.

El *Marbella Club* fue construido por el Príncipe Alfonso de Hohenlohe hace veintiséis años, en unos terrenos heredados de su familia. Al principio, la singladura no fue fácil, ya que todavía Marbella no era un importante foco turístico. Pero precisamente gracias a esa labor callada, siempre eficiente, del Príncipe Hohenlohe, Marbella pasó a ser una de las atracciones turísticas del mundo y, en consonancia, el hotel ocupó un lugar importante para las citas de la "jet societe".

Alfonso de Hohenlohe todavía recuerda con cariño cuando su padre compró una casa en Santa Margarita. "Por aquel tiempo dice— no existía ningún hotel en Marbella, tan sólo unos bungalows que era propietario de un tío mío. La idea de construir el '*Marbella Club* partió de que en el verano, cuando los familiares de mi padre venían a descansar, no había sitio para todos. Entonces construimos unos bungalows, en total creo que fueron dieciséis, y para que en la temporada que no fuera verano rindieran algo, los convertimos en hotel. Pero siempre ha imperado un ambiente familiar, porque la consigna del *Marbella Club* es que el cliente se sienta como en su propia casa, o mejor." Quizá radique en esa cuestión la fama del *Marbella Club*, que tiene una plantilla fija de profesionales que sobrepasa largamente los dos centenares de personas, y que en verano la cifra se incrementa en cien más. El propio Príncipe ha plantado gran parte de los árboles de los jardines del hotel, él mismo se ha enfundado un delantal y se ha metido en los fogones para dar de comer a sus clientes cuando la última huelga de hostelería de la Costa del Sol; él es el primero en recoger un papel perdido por los paseos...

La ocupación media del *Marbella Club* durante el año es superior al 80 por ciento, y en los meses de verano es prácticamente imposible conseguir una habitación, a no ser que la reserva se haya realizado con mucha antelación.

Es un hotel preferido por los extranjeros, pues sólo un 20 por ciento de sus ocupantes son españoles, que sin embargo, acuden más a menudo al restaurante, aunque no estén hospedados, para degustar la excelente cocina internacional que elabora el chef Enrique Martel, que no olvida tampoco hacer algunas concesiones a las especialidades regionales.

Por término medio, 150 personas acuden diariamente al comedor en invierno, aumentando la cifra en verano hasta 600 cuando se instala el Beach con su correspondiente buffet.

Durante la época de caza, la carta del restaurante del *Marbella Club* se adorna con estas especialidades: perdiz en salmis, chuleta de venado a la frambuesa, faisán en chocroutte, noisette de corzo a la pimienta verde, codornices a las uvas, pato a la sidra, civet de liebre, etc.

Tampoco podemos omitir las recomendaciones del jefe: lenguado Alfonso, pollito de grano a las uvas, soufflé de queso a la crema, langostinos al estragón, pato a la naranja...

Verdad es que el ambiente que se respira en el *Marbella Club* es familiar, que el servicio es agradable y, en todo momento, cortés, que el propio Príncipe de Hohenlohe supervisa directamente y a diario la marcha del establecimiento y, sobre todo, que el excepcional clima de Marbella ayuda a hacer la estancia más interesante, si cabe.

Pero el Príncipe no se duerme en los laureles y su última idea ha sido montar una finca por las inmediaciones de Ronda, para abastecerse de carnes, verduras, leche, etc.

"La cocina de un hotel es muy importante —explica— y como el mercado de la zona no da para mucho, hay que procurarse las materias primas donde sea. Esta es una profesión en la que siempre hay que evolucionar, mejorar, y a esta premisa corresponde la adquisición de la finca, porque hay que evitar, por todos los medios, que los clientes del hotel salgan de él para ir a comer a otro sitio. "