

CARTA O MENÚ
FERMÍ PUIG

La tentación de un plato mallorquín

Apol·lònia Adover fue la última cocinera de los March. El predio de Sa Vall, en Ses Salines, era la residencia estival del banquero y en sus dos mil hectáreas de espléndidos jardines y soberbias estancias nunca hubo rincón más venerado por don Joan que la cocina donde oficiaba Apol·lònia, y de entre los manjares que preparaba, el *arròs brut* gozaba de una estima especial por su parte. Algo parecido le sucede a Imma Mayol, mallorquina de origen y barcelonesa de adopción, quien elige el *arròs brut* como su plato preferido. La tentación de imaginar a la candidata Mayol compartiendo el arroz de Apol·lònia con el legendario financiero en la fastuosa mansión de Sa Vall resulta poderosa, algo así como las miradas de Visconti y Bertolucci unidas intentando

describir la grandiosidad palaciega del lugar a partir de una humilde cazuela de barro de *arròs brut*. *El Gatopardo* y *Novecento*, sistema y antisistema a debate.

Para quienes desconozcan la espléndida cocina rural mallorquina, el *arròs brut* es una suerte de arroz caldoso que incorpora viandas de campo y corral, verduras todas, así como setas silvestres y pajarillos

IMMA MAYOL / 'ARRÒS BRUT'

COMIDA DE MAYORÍAS

Cuanto más comensales se apunten al condumio, mejor sale el arroz, cuenta Miquel Dalmau

como los tordos o los palomos, y debe su nombre a su aspecto un tanto turbio, debido a la picada que se le añade al final. Es un plato que se adapta a todas las estaciones del año, pues según la temporada cambian los ingredientes principales sin desmerecer nunca la calidad, aunque alcanza su esplendor cuando la caída de la hoja anuncia los primeros fríos.

Cuenta Miguel Dalmau, en su magnífico libro sobre el recetario de Sa Vall, que cuantos más comensales se apunten al condumio mejor sale el arroz, pues permite añadirle más ingredientes, pero puede que Apol·lònia creyera que 84.000 serían un exceso. Veamos, de manera sinóptica, la *hoja de ruta* si el cocinero aficionado decide adentrarse en los secretos de este soberbio arroz. ●

LA RECETA

► En una cazuela de barro, sofreír en aceite de oliva carnes como conejo, costilleja de cerdo, pollo, tordos y palomos, cortadas todas ellas en pequeños trozos. Agregar tantas setas variadas como se desee, sin que, a poder ser, falten los niscalos. Añadir cebolla picada y tomate para confitar un sofrito y, antes de mojar con el agua necesaria, echar en la cazuela judías tiernas, alcachofas, guisantes y otras verduras al gusto. A media cocción, añadir el arroz y unas butifarras cortadas, y cuando le falten un par de minutos de cocción, diluir en el caldo una picada a base de ajo, perejil e higadillos de pollo o conejo previamente salteados.

Carrera electoral a ritmo de reggaeton

LOS ALCALDABLES DE BARCELONA ECHAN MANO DE YOUTUBE Y LAS MELODÍAS DE MÓVIL EN LA CAMPAÑA

MARIONA ALBA / RUBÉN MORENO
| BARCELONA

Más allá de mítines, debates y conversaciones con todo aquel ciudadano que se cruza en su camino, en busca del voto, los candidatos a la alcaldía de Barcelona también tratan de ganar la batalla electoral en internet. Un dibujo animado del doctor Trias, el reggaeton de Hereu, la mirada penetrante de Portabella, el chapuzón familiar de Mayol y la austeridad de Fernández intentan refle-

Los candidatos intentan reflejar su carácter en la red y llamar la atención de los internautas

jar en la red el carácter de cada uno de ellos y llamar la atención de los internautas.

Xavier Trias utiliza una manzana –símbolo de su campaña– como un fruto mágico capaz de remediar todos los problemas de los ciudadanos. Y eso lo hace un Trias doctor caricaturizado al más puro estilo South Park, para luchar también contra el incivismo en su

faceta de supercalde. Los vídeos de los otros candidatos no son tan atrevidos, y la mayoría opta por el portal YouTube para colgar sus mítines, actos de campaña y spots publicitarios. Hereu cuenta con una actriz que cada día hace una crónica sobre la campaña de cada candidato. La fiebre por los *blogs* también ha llegado a los políticos, donde expresan sus opiniones en un tono más cercano.

Como si de la canción del verano se tratara, las páginas web de los alcaldables ofrecen a los seguidores más fieles la posibilidad de hacer campaña desde su móvil. En las páginas de Jordi Hereu y Xavier Trias hay un surtido de politonos y fondos de pantalla, entre los que se puede optar por un logotipo del partido o una caricatura del candidato (en el caso del actual alcalde). Otros candidatos son más clásicos, y mientras la web de Jordi Portabella ofrece *banners* para que el internauta publicite el partido en su *blog*, la página de Imma Mayol permite descargar materiales de su campaña como el cartel o la banderola.

Hereu promete “noves idees”, pero no sólo políticamente hablando. Su web ofrece descargar la canción de campaña en distintas versiones, que han sido compuestas por algunos miembros del grupo Coconot y otros artistas. Incluso se ha atrevido con el estilo rockero del Boss, pero también hace un guiño al reggae-



Internet y el móvil se usan como vías de captación de votos

ton, el ska y la rumba. Además, con sólo entrar en la página de Hereu, la música acompaña al internauta durante toda la navegación.

Los candidatos se muestran como ciudadanos de a pie, y no dudan en compartir momentos íntimos. Imma Mayol aparece de niña en la playa de Mallorca junto a su madre, y des-

pués dándose un chapuzón junto a sus dos hijos. Jordi Portabella intenta desplegar todo su encanto en las fotografías que muestra en su página. Mirando al infinito y en actitud pensativa, el candidato republicano aparece recién salido del agua con el pelo al viento. Trias se atreve hasta con la foto de su boda, pero Hereu sólo muestra su faceta profesional.

Algunos candidatos no se limitan al mundo cibernético y proponen el contacto cara a cara con los electores. Es el caso de Portabella, que se ofrece a tomar un té con quien rellene un formulario indicando día y hora para una cita. Eso sí, en grupo, no a solas. Hereu utiliza una novedosa táctica para hacerse publicidad: ofrece la posibilidad de enviar SMS gratuitos a través de su página, pero con la particularidad de que al final de cada mensaje aparece la frase *Vota Jordi Hereu, Alcalde de la gent*.

El candidato popular, Alberto Fernández Díaz, se desmarca de la tónica general y el único aspecto que muestra de sí mismo es un frío currículum. Es la única web que ofrece elegir el idioma, entre catalán y castellano, aunque el usuario sólo puede interactuar enviando alguna propuesta o que-

ja mediante el correo electrónico.

Las urnas decidirán el nombre del ganador el próximo 27 de mayo y será entonces cuando se podrá comprobar si todo el esfuerzo realizado en el ciberespacio tiene recompensa, y si las nuevas tecnologías han jugado a favor de los alcaldables o no. ●

CIUDAD A CIUDAD



TARRAGONA

Población: 137.000
Inmigración: 8,5%
Crecimiento población (2003-2007): +15.924
Presupuesto: 148.105.626€
Precio vivienda nueva: 2.261 €/m² (APCE)
Alcalde: Joan Miquel Nadal (CiU), que gobierna con PP
Consistorio: CiU (9), PSC (9), PP (2), ERC (2), IC-LP (2), Grupo Mixto (2) y un concejal independiente (ex CiU)

Una capital de baja velocidad

En veinte años Tarragona ha ganado 30.000 habitantes. Pero la ciudad ha ganado sobre todo en orgullo y muestra su mayor vitalidad tanto en las fiestas mayores como en carnaval o en las procesiones de Semana Santa. El *orgullo tarraconense* tocó techo hace casi un año, cuando unas 12.000 personas celebraron el ascenso a Primera División del Nàstic. Atrás queda la etiqueta de ciudad de militares, curas y funcionarios. Tarragona es hoy la capital de la segunda y más dinámica área metropolitana catalana, que ha sabido superar las tensiones entre sus principales sectores económicos: la química y el turismo. Sin embargo, el “tarraconisme radical i brillant” que impulsó Joan Miquel Nadal (CiU) desde que, en 1989, accedió a la alcaldía deja numerosos proyectos encima de la mesa que acumulan años de retraso.

El AVE llegó a Tarragona hace casi medio año pero la estación se construyó a doce kilómetros de la ciudad y los carteles que indicaban su ubicación llegaron tres meses más tarde. “¿Por qué la estación del AVE se llama Camp de Tarragona y

la universidad, Rovira i Virgili, en lugar de llevar el nombre de la ciudad a secas?”, ironiza la escritora tarraconense Olga Xirinachs, quien, como muchos ciudadanos, lamenta la dejadez de la ciudad en cuestiones como la limpieza, el civismo o el estado de algunos servicios clave, como la estación de trenes: “Que ni está adaptada ni cerca de

Tarragona lleva años de retraso en proyectos como la fachada marítima, la ciudad judicial o la apertura de El Corte Inglés

la estación de autobuses”, dice. Durante los últimos ocho años, Tarragona ha crecido por la zona de Llevant y junto al río Francolí. El plan general –aprobado hace cinco días– define el río como el nuevo eje de la ciudad y recupera el proyecto de Terres Cavades, una nueva urbanización de casi 5.000 viviendas que se convirtió en escándalo es-

ta legislatura al trascender que el ex concejal de Urbanismo tenía intereses privados en ella.

La ciudad ha estrenado piscinas en casi todos los barrios y las pequeñas obras se han disparado durante los últimos meses, pero los grandes proyectos han avanzado a muy baja velocidad durante los últimos años: desde la fachada marítima de Bofill, anunciada a bombo y platillo hace cuatro años, hasta la ciudad judicial, la llegada de El Corte Inglés, la Escuela Oficial de Idiomas (en ubicación provisional desde hace veinte años) o las obras del teatro Tarragona (cuya apertura se anunció para el 2005). Además, varios edificios públicos siguen vacíos: la antigua fábrica de La Chartreuse (de la Generalitat), el Banco de España (del Estado) o el antiguo sanatorio de La Savinosa, situado junto al mar y propiedad de la Diputación. El alcalde culpa a otras administraciones de la paralización de algunos de estos proyectos y sus adversarios lamentan su falta de diálogo, pero todos reconocen el potencial de esta ciudad declarada patrimonio de la humanidad por su legado romano. / SARA SANS