

10º Día de la Papa Borralla – Taborno, Anaga

AGENDA | 10º Día de la Papa Borralla – Taborno, Anaga

[@LaPapaBonita](#)

La Papa Borralla no es una simple variedad de papa. Es un tesoro agrícola, un símbolo del Macizo de Anaga y una muestra viva de cómo el sabor, la historia y la comunidad pueden convivir en un mismo plato. Por eso, cada año, Taborno le rinde homenaje en una jornada que mezcla tradición, cocina y territorio.

¿Dónde?

Plaza de Taborno, Anaga – Reserva de la Biosfera

¿Cuándo?

Sábado 20 de septiembre de 2025

Desde las 10:00 hasta las 14:00 h

10º Día de la Papa Borralla

PLAZA DE
Taborno

SÁBADO
20 DE SEPTIEMBRE

PROGRAMACIÓN

10:00 - 13:00h

Intercambio de semillas tradicionales (Red Canaria de Semillas)

10:30 - 11:30h · Taller de bombas de semillas locales (Red Canaria de Semillas)

11:30 - 12:30h · Taller de Semilleros con variedades tradicionales (Red Canaria de Semillas)

11:30 - 13:30h

Taller de cocina tradicional: Borralla, raíz de Anaga

12:00 - 13:00 h

Actuación de la Parranda de Roque Negro, coincidiendo con llegada de los grupos de senderistas participantes en las actividades programadas en el **Anaga Biofest**.

13:00 - 14:00 h

Cierre con la actuación de la Parranda Malvasía de Taganana

A partir de las 13:30 h Degustación de Papa Borralla



Te animamos a utilizar la **línea 275** de TITSA para llegar a Taborno y disfrutar de la experiencia con calma y sin preocupaciones de aparcamiento. Consulta horarios y paradas en www.titsa.com



Organizan:



**Anaga
Biofest**

Colaboran:



ENTIDADES PATROCINADORAS ANAGA BIOFEST



ENTIDADES COLABORADORAS ANAGA BIOFEST

de la [gastronomía](#) con raíces:

- 10:00 a 13:00 h – Intercambio de semillas tradicionales (Red Canaria de Semillas)
- 10:30 a 11:30 h – Taller de bombas de semillas locales
- 11:30 a 12:30 h – Taller de semilleros con variedades tradicionales
- 11:30 a 13:30 h – Taller de cocina tradicional: “Borralla, raíz de Anaga”
- 12:00 a 13:00 h – Actuación musical de la Parranda de Roque Negro
- 13:00 a 14:00 h – Cierre con la Parranda Malvasía de Taganana

Y desde las 13:30 h... ¡Degustación de Papa Borralla!

¿Cómo llegar?

Se recomienda el uso de la línea 275 de TITSA para subir con tranquilidad y evitar problemas de aparcamiento. Consulta horarios en www.titsa.com

Por qué no te lo puedes perder

La Papa Borralla es una variedad ancestral cultivada en las cumbres de Anaga, resistente, sabrosa y con una textura ideal para guisos y cocina tradicional. Eventos como este no solo celebran su sabor: ayudan a conservarla, a difundir su cultivo y a reunir a la comunidad en torno a un producto auténtico.



Un día para caminar, aprender, compartir y, sobre todo, saborear el paisaje de Anaga... mordisco a mordisco.

**Organiza: Anaga Biofest | Red Canaria de Semillas
| Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife**

El sándwich mixto... i una historia muy rica!

Me he puesto a leer y buscar información sobre el sándwich mixto, y no se imaginan la cantidad de referencias que he encontrado acerca de este “entre pan y pan” inglés. O, mejor dicho, sobre el sándwich en general, porque no creo que empezara siendo “mixto”. El término hace referencia a colocar entre dos rodajas de pan de molde o pan de lata una mezcla de

jamón cocido de York –típicamente inglés, nacido en la ciudad de York– y queso Cheddar, también originario del pueblo de Cheddar, en Inglaterra.



John Montagu IV, conde de Sandwich

Bien, pues según todo lo leído, el sándwich (sin tilde, porque es una palabra inglesa y en inglés no se acentúa) tendría su origen en Inglaterra, allá por el siglo XVIII. Se le atribuye al aristócrata John Montagu IV, conde de Sandwich (una ciudad al sudeste del Reino Unido, perteneciente al distrito de Dover). Se cuenta que, durante las negociaciones de la Paz de Aquisgrán, su pasión por los naipes lo llevaba a descuidar las comidas. Pasaba horas frente a una mesa de juego sin probar bocado. Preocupados, sus criados idearon una forma práctica de alimentarlo sin interrumpir su juego: le servían dos rebanadas de pan rellenas de fiambre o carnes frías, evitando que se manchara los dedos. Aunque él no inventó el formato, terminó bautizado con su propio apellido.



Harry M. Stevens

Sin embargo, a pesar de ser este el origen documentado del sándwich, su nombre no se popularizó hasta finales del siglo XIX en Estados Unidos, gracias a **Harry Stevens**, dueño de un concesionario que en 1924 reveló en una entrevista que en 1894 los *"ham and cheese sandwiches"* eran el único alimento que se servía en los eventos deportivos de los *baseball parks* de Nueva York. Faltaban aún unos quince años para que los perritos calientes –*hot dogs* o *frankfurters*– irrumpieran con

fuerza en los estadios norteamericanos.

De Francia a Cuba: las múltiples vidas del sándwich mixto

Existen muchísimas variantes del sándwich mixto, tanto en su nombre como en su preparación, dependiendo del país en el que nos encontremos.

En **Francia** apareció por primera vez en 1910, en la carta del café parisino «Boulevard des Capucines», bajo el nombre de *Croque-Monsieur*. Era un sándwich elaborado con pan de molde, jamón cocido y queso –generalmente emmental o gruyère–, cocinado al horno, a la plancha o en sartén. Este toque “distinguido” se ha mantenido hasta nuestros días, convirtiéndose en un símbolo de la cocina francesa. Tan internacional se ha hecho que no falta en ningún brunch neoyorquino que se precie. El *Croque-Monsieur* suele servirse gratinado, y su versión más famosa es el *Croque-Madame*, que lleva un huevo frito o a la plancha sobre el pan. Como curiosidad, el nombre alude al tocado de las damas del siglo XX.



En **Cuba**, el sándwich tuvo una aceptación gastronómica enorme. Aparece por primera vez con el nombre de **sándwich mixto** en los años 30, popularizándose en quioscos callejeros, cafeterías y restaurantes informales. Fue especialmente valorado por los

trabajadores de fábricas de cigarros y por ingenieros azucareros de ciudades como La Habana y Santiago de Cuba. De ahí nacería el famosísimo **sándwich cubano**, cuya expansión hacia Norteamérica se dio gracias a las comunidades cubanoamericanas en Ybor City y Key West (Florida). En EE.UU. surgieron numerosas variantes de este clásico, especialmente con el uso del pan de molde americano (también llamado pan de lata), tanto en versiones frías como calientes. Estas adaptaciones integraron ingredientes y técnicas propias de las distintas comunidades inmigrantes: italiana, griega, española, cubana, entre otras.

En España... y en Canarias

Durante los años 50, el sándwich mixto comenzó a ganar popularidad en la península ibérica, impulsado por el auge de las cafeterías modernas, especialmente en ciudades como Madrid y Barcelona. Fue en esta última donde alcanzó tal reconocimiento que terminó adoptando el nombre de **"bikini"**, en referencia a la emblemática sala del mismo nombre situada en la Diagonal (abierta en 1953), lugar donde se ofrecía por su rapidez, sabor y facilidad de elaboración. Esa denominación se extendió por toda Cataluña, aunque en el resto de España siguió con su nombre original.



¿Pero cuándo llegó el sándwich mixto a Canarias?

Todo apunta a que se importó desde las cafeterías de la península –especialmente desde Madrid y Barcelona– hacia las islas, en los años 60 y 70. Este fenómeno coincidió con el auge del turismo en Canarias y con la llegada de nuevas formas de modernidad, también culinaria. Así nacen las cafeterías urbanas en zonas céntricas, adaptadas al nuevo estilo de vida: desayunar fuera de casa, consumir rápido, sin necesidad de cocina compleja. El **sándwich mixto**, rápido, económico y sin misterios, encajaba perfectamente en esta dinámica, y los turistas también lo demandaban.

En Canarias, el sándwich mixto encontró un terreno fértil: se convirtió en parte del ADN de la hostelería. No hay bar ni cafetería –sea del nivel que sea– que no lo tenga en su carta. Aunque hoy existen muchas versiones creativas, algunas acertadas y otras no tanto, lo cierto es que la calidad

general de los sándwiches y bocadillos en Canarias es alta y diversa.

El arte de hacer un buen sándwich mixto

Aunque parezca sencillo, hacer un buen sándwich mixto **no es tan fácil como parece**. Sí, se encuentra en todas partes, pero con muchos fallos: exceso de mantequilla o, peor aún, margarina; pan de mala calidad; jamón de categoría ínfima (jamónada); quesos mediocres a base de preparados lácteos. Y no hablemos del método de cocción: no es lo mismo una sandwichera, una plancha a presión o una sartén sin peso.

Para mi gusto, un sándwich mixto no debe llevar exceso de grasa. Basta con una capa fina de mantequilla que ayude a dorar lentamente el pan en sartén o plancha sin presión. El calor debe ser moderado, para lograr un pan crujiente y seco, que permita al jamón calentarse y al queso fundirse sin chorrear.

La **calidad del producto** es esencial: buen pan (mejor si no es dulce), una buena mantequilla, jamón cocido natural y un queso tipo gouda o cheddar. Y, como en toda buena cocina, la clave está en el oficio: buen producto y buena mano.

Confesión final... y recomendación personal

Yo me declaro **adicto al sándwich mixto clásico**. Casi lo pido a diario para desayunar, dondequiera que esté. He probado muchos: algunos deliciosos, otros regulares, y varios francamente malos.



Si tuviera que nombrar el mejor que he comido en Tenerife –entre los muchísimos bares y cafeterías que conozco– me atrevo a decir que uno de los mejores es el del Bar Pedro, en la Plaza de la Concepción, en La Laguna. Es magnífico: muy crujiente, sabroso y nada graso. De esos que siempre pedirías uno... y medio más. Porque está tan rico que siempre te deja con ganas de otro bocado.

Fantàstic 2025: cuando la memoria se come, se brinda y

se baila

Fantàstic 2025, cuando la memoria se come, se brinda y se baila. La Orotava se convierte el 1 de noviembre en epicentro de una noche única: sabores de otoño, cine del más allá, música con alma y castañas en clave contemporánea.

Mientras otros celebran Halloween, **La Orotava prepara una noche profundamente nuestra**. En el majestuoso **Liceo Taoro**, bajo la sombra de los castañeros más antiguos de Tenerife, el festival **Fantàstic** propone una velada que rinde homenaje a los **Finados**, a través del cine, la música, el pensamiento crítico... y una cocina que toca la fibra.



Liceo Taoro

Este 1 de noviembre, “**¡Toma Castaña!**” no será solo un juego de palabras: será una declaración de identidad gastronómica y cultural. Porque en esta sesión no se invoca a los muertos con disfraces, sino con recuerdos, fogones y brindis. Una noche donde el **patrimonio inmaterial canario** cobra vida con más

fuerza que nunca.

Finados: cuando la memoria también se cocina

La noche arranca con una bienvenida al estilo **Fantàstic**: copa de vino de **Bodegas Arautava (DO Valle de La Orotava)**, buena música y el inicio de un viaje sensorial entre la niebla del recuerdo y la luz de lo que aún está por contar.

En la antigua tradición canaria, los más pequeños iban de casa en casa preguntando “¿hay santos?”, y recibían higos pasados, nueces o castañas. Mientras tanto, las mujeres mayores recordaban a los que ya no estaban alrededor de la mesa, compartiendo anécdotas y alimentos de temporada. Esta noche, ese rito regresa, reinterpretado con sensibilidad y rigor.

Dos chefs, dos visiones, una raíz

La propuesta gastronómica de esta edición está liderada por dos figuras con estilos complementarios, pero igual de comprometidos con el producto local y el relato canario.

Roberto Cuoto: el otoño como sabor de la tierra

Galardonado como **Mejor Chef de Canarias 2023**, Cuoto trae una selección de “**Sabores de otoño**” que reivindica el paisaje comestible de esta época. Su cocina, basada en la sostenibilidad y el kilómetro cero, pondrá en valor ingredientes tan ligados a nuestra cultura como la batata, el gofio, el cochino negro, el queso de cabra o, por supuesto, la **castaña**.



Chef Roberto Cuoto

Cada bocado será una estación del alma, una conversación entre territorio y técnica. Y no estará solo: compartirá escena con el cineasta **Fran Casanova**, en un diálogo entre cocina y cine sobre cómo contamos –y saboreamos– nuestra historia.

Carlos Gamonal: cocina del futuro desde la raíz

El chef del mítico **Mesón El Drago**, tercera generación de una de las familias más influyentes en la alta cocina canaria, presentará su innovadora propuesta de “**Cocina del Futuro**”. Su intervención no es una simple degustación: es una experiencia conceptual, sensorial y filosófica.



Carlos Gamonal | Mesón El Drago | Gamonal Catering | Drago Gamonal

© JORDI VERDÉS PADRÓN

Gamonal elaborará al menos cinco platos con títulos como:

- *Algofio 100plus* (superalimento ancestral elevado a la categoría de elixir moderno),
- *Gofiosfera* (snacks de frutos secos y gofio en clave cósmica),
- *Carne Fiesta v7.1* (una versión evolucionada de un clásico canario),
- o el delicioso *Bienmesabe de plátano con chocolate*, cierre dulce de una cocina que piensa, emociona y transforma.



www.verdespadron.com / www.o2mg.com - www.linkedmagazine.es

MALAS COSTUMBRES/Carlos Gamonal

© JORDI VERDÉS PADRÓN

Además, ofrecerá una charla inspiradora en torno a su filosofía **“Yo como para SER”**, una reflexión vital sobre la conciencia alimentaria, el respeto por el cuerpo y el papel de la cocina como vehículo de transformación.

Historias del más allá y del más acá: cine para sentir

Como es sello del festival, la pantalla también será protagonista. La selección de cortos para esta edición de Finados aborda temas como la muerte, la memoria, el duelo y la trascendencia con humor, poesía y crítica.

Entre ellos, destacan:

- **“Día de Finados”**, documental del Instituto Canario de las Tradiciones que recorre los rituales ancestrales de la festividad.
- **“La Fianza”**, thriller canario de Eduardo Cubillo que pone los pelos de punta.
- **“Fría”**, comedia negra con Kike Pérez que equilibra el terror con el absurdo.

Una programación curada en colaboración con **El Festivalito de La Palma**, que garantiza calidad, identidad y un enfoque original.

Música de las ánimas: del recuerdo al beat

La parte musical de la noche elevará la experiencia a un plano emocional y ritual. El músico **Pedro Ageno Trío**, junto a Ayla Rodríguez y DeReo, presenta el concierto **“Finaos: Voces de Las Ánimas”**. Un espectáculo exclusivo donde se mezclan **música de raíz canaria y electrónica ambiental**, diseñado como homenaje sonoro a quienes ya no están... pero siguen escuchando.

Y para cerrar la noche, el inclasificable **Nebras T Selector** tomará los platos con su sesión **“Selección Eterna Vida”**. Un set musical tan ecléctico como profundo: post-punk, pop, indie, techno... todo al servicio de una pista de baile entre lo ritual y lo onírico.

El vino también cuenta

Desde la primera copa, el vino será parte del relato. **Bodegas Arautava**, con sus cepas centenarias de Listán y Malvasía en pie franco, ofrecerá una muestra de la riqueza enológica de La Orotava. Aromas atlánticos, suelos volcánicos, mínima intervención... Un maridaje natural para una noche donde el pasado y el presente se entrelazan sin prisa.

Una red que une fogones, cámaras y territorios

Famtàstic no se detiene en La Orotava. En sus próximas paradas en **Barcelona (7 de noviembre)** y **Las Palmas de Gran Canaria (21 de noviembre)**, el festival contará con la participación de dos cocineras de altísimo nivel: la catalana **Marta Minoves**, reciente ganadora del **European Young Chef Award 2024**, y la canario-venezolana **Jennise Ferrari**, alma del restaurante **Qué Leche!** en Gran Canaria.



Chef Marta Minoves



Chef Jennise Ferrari restaurante Qué Leche! en Gran Canaria

Ambas aportarán su visión sobre la **Cocina del Futuro**, desde miradas femeninas, multiculturales y profundamente conectadas con el producto local. Porque en Famtàstic, el cine y la cocina no son solo expresión artística, sino también lenguaje común para pensar el mundo.

Así, la red Famtàstic sigue creciendo con cada edición, **tejiendo puentes entre el sabor, la pantalla y la conciencia colectiva**, en territorios que –como Canarias– aún tienen mucho que contar... y mucho que saborear.

1 de noviembre de 2025 · Liceo Taoro, La Orotava

Entradas limitadas disponibles en famtastic.es

Con el apoyo de: Gobierno de Canarias, Canary Islands Film, ICCA, Cervezas Victoria, Ayuntamiento de La Orotava, y Bodegas Arautava.

Famtàstic no se detiene en La Orotava. En sus próximas paradas en **Barcelona (7 de noviembre)** y **Las Palmas de Gran Canaria (21 de noviembre)**, el festival contará con la participación de dos cocineras de altísimo nivel: la catalana **Marta Minoves**, ganadora del European Young Chef Award 2024, y la canario-venezolana **Jennise Ferrari**, chef del restaurante Qué Leche! en Gran Canaria.

Así, la red Famtàstic sigue creciendo con cada edición, **tejiendo puentes entre el cine, la cocina y las ideas** en territorios que –como Canarias– aún tienen mucho que contar.

Del producto al relato: cómo construir una marca gastronómica desde el territorio

Estamos en un mundo gastronómico donde los platos se replican al instante, las recetas se viralizan en TikTok, y las técnicas de vanguardia circulan en tiempo real entre continentes, **la diferencia ya no está en lo que se cocina, sino en el porqué y el desde dónde.** La gastronomía, como la cultura, se ha globalizado. Pero en esa homogenización acelerada, lo que sobrevive –lo que realmente conecta– es lo que tiene raíz. **Territorio no es solo origen geográfico: es relato, es memoria, es la huella de un lugar en cada ingrediente, en cada gesto y en cada historia que se sirve con el plato.**

Cuando se habla de construir marca gastronómica, se suele mirar primero al logotipo, al diseño del menú, a los colores corporativos. Pero nada de eso genera emoción si no hay detrás una narrativa identitaria sólida, anclada en el paisaje, en los productos que le dan sentido y en las personas que los trabajan. Y ahí es donde el producto local deja de ser un dato para convertirse en argumento. En columna

vertebral de una historia que no solo busca vender, sino crear comunidad y fidelidad desde el contenido emocional.

Hoy, más que nunca, **el producto necesita discurso**. El restaurante, el productor o el chef que sepa narrar su vínculo con el territorio tiene más posibilidades de destacar que quien simplemente lo coloque en el plato. Porque la buena cocina, como la buena marca, **necesita contexto para tener coherencia**. Y sin contexto, todo se vuelve ruido.

Producto sin relato: una oportunidad perdida

Puedes tener el mejor **queso de cabra madurado en cueva volcánica**, un **vino cultivado a 1.200 metros de altitud**, o una **variedad ancestral de papa** que solo crece bajo las nieblas del norte de Tenerife. Puedes tener historia, singularidad, exclusividad. Pero si no lo cuentas, si no explicas de dónde viene, quién lo cuida, **cómo se produce y por qué aún sobrevive**, ese producto se convierte en **uno más entre miles**. Solo otro ingrediente en la carta. Solo otra foto en Instagram.



Y en esa indiferencia silenciosa, **se pierde valor**, se pierde identidad y, muchas veces, también se pierde mercado. Por que, hoy —más que nunca— **el comensal no busca solo alimentarse**. Quiere conectar. Quiere sentir que, al elegir ese queso, ese vino, esa papa, está **tomando una decisión consciente, emocional, coherente con su forma de ver el mundo**.

Detrás de cada producto local hay una historia esperando ser contada. Y cuando esa historia no se comunica, **la oportunidad de diferenciarse desaparece**. Lo que podría posicionar tu marca como única acaba difuminado entre etiquetas genéricas: “*de proximidad*”, “*artesanal*”, “*km 0*”. Palabras vacías si no van respaldadas por una narrativa real, bien construida.

Y eso es lo que está en juego hoy: la capacidad de transformar producto en relato, y relato en marca. En una marca

con alma, con raíces, con discurso. Una marca que no se basa en slogans, sino en hechos contados con propósito.

Porque el público –y especialmente el gastronómico– **no quiere solo consumir**. Quiere pertenecer. Quiere formar parte de algo. Y cuando una marca sabe activar ese vínculo emocional con su territorio, **no solo fideliza: crea comunidad.**

Cómo pasar del producto al relato (y construir marca desde ahí)

Transformar un ingrediente en una marca poderosa no ocurre en la cocina, sino en la forma de contarlo. Porque hoy no basta con tener un buen producto: hay que convertirlo en una historia que **emocione, conecte y permanezca**. Aquí algunos principios esenciales para conseguirlo:

1. El origen como valor, no como anécdota

Decir que tu tomate es de Tacoronte o que tu pescado es del Atlántico es solo el punto de partida. El verdadero poder narrativo aparece cuando te detienes a responder:

¿Qué tiene ese lugar que lo hace único?

¿Por qué ese tomate no sabría igual si viniera de otro sitio?

¿Qué le aporta el viento, el suelo, la altitud, la niebla o el carácter de quienes lo cultivan?

El origen no es un dato geográfico. Es **una lente para interpretar el producto**, una manera de anclarlo al territorio de forma emocional. Cuando hablas de la tierra, hablas también de resistencia, de clima, de cultura agraria, de decisiones difíciles. Y todo eso suma valor simbólico.



Las marcas que solo dicen “de dónde”, no trascienden. Las que explican “por qué eso importa”, sí. Porque el origen, cuando se cuenta bien, no es pasado: es argumento.

2. La figura humana como nexos

Los productos no se hacen solos. Ni los vinos, ni los mojos, ni los quesos, ni las papas antiguas. Detrás de cada uno hay una historia de vida, de esfuerzo, de vínculo emocional con la tierra o el oficio. Y ese relato es muchas veces **más potente** que cualquier logotipo o claim de marca.

El agricultor que heredó la finca y decidió no venderla a una urbanizadora. La madre que sigue pelando almendras a mano porque “así las hacía su abuela”. El pescador que aún se levanta a las 5 de la mañana, aunque ya podría jubilarse. Esas personas no son anecdóticas. Son la

identidad viva del producto.

Mostrar sus rostros, contar sus rutinas, darles voz a sus decisiones, **convierte el producto en algo humano, tangible, real**. No es storytelling de manual. Es memoria activa. Es conexión emocional directa.



Y cuando una marca gastronómica logra integrar esa figura humana en su discurso –sin romantizar, pero sí reconociendo el valor cultural de lo cotidiano–, lo que construye no es solo relato: **es confianza**.

El paisaje que se saborea

El paisaje no es solo postal. **Es ingrediente invisible que lo impregna todo**: la acidez de una uva de altura, la salinidad de una papa cultivada cerca del mar, la textura de una carne criada entre barrancos. Cada producto lleva consigo el clima que lo formó, la geografía que lo sostuvo, los elementos que lo esculpieron a lo largo de los años.

Cuando hablamos de paisaje gastronómico no nos referimos solo a lo que se ve. Nos referimos a **lo que se siente en boca, pero viene de fuera del plato**. El polvo del volcán, la brisa atlántica, el sol vertical, el frío nocturno, la humedad de las medianías. Todo eso, si sabes contarlo, **transforma un plato común en una experiencia única**.



Una marca que incorpora el paisaje en su relato no necesita decorar. Porque ya tiene fondo. Porque ya tiene verdad. Y **porque el paisaje, cuando es narrado con sensibilidad, no vende estética: vende identidad.**

Por eso, cuando un chef dice que cocina “con lo que tiene

cerca", no está hablando de distancia, está hablando de coherencia. **Está hablando de respeto al lugar. Y eso, el comensal lo percibe.**

El vocabulario como identidad

Hay palabras que dicen mucho más que su significado literal. Llamar *papas* a las patatas, *gofio* al cereal tostado, *mojo* a una salsa, *cabrilla* a un pescado, o *cherne* al rey del fondo, o Patudo al atún rojo de Canarias no es solo una elección léxica. Es una declaración cultural. **Un posicionamiento identitario.**

El lenguaje que se usa para hablar de gastronomía es parte fundamental del relato de marca. **Porque el vocabulario no es neutro: construye imaginarios, refuerza pertenencias, y marca diferencias.**



Bodegón de Ana. Santa Úrsula. Foto: José Garavito

Una carta que dice *tollos en salsa* en lugar de *tiras de cazón en adobo* ya está comunicando desde otro lugar. Está apelando a

quienes entienden, a quienes reconocen su propia memoria en esas palabras. Y al mismo tiempo, está **educando al visitante**, mostrándole que aquí las cosas tienen otro nombre, porque tienen otro origen.

Una marca gastronómica con vocación territorial **debe cuidar el lenguaje tanto como la técnica**. Porque si se pierde la palabra, se pierde el vínculo. Y cuando el relato pierde su lengua madre, **se convierte en ruido turístico**.

5. La honestidad como tendencia

Durante años, el marketing gastronómico estuvo lleno de palabras grandes y promesas brillantes: “exclusivo”, “gourmet”, “de autor”. Pero hoy, lo que más conecta no es lo perfecto. Es lo real. Es lo que tiene cicatrices. Lo que muestra el proceso, el error, el aprendizaje. **Lo que no se esconde tras una foto filtrada o una historia maquillada**.

El comensal ya no quiere una puesta en escena impoluta si detrás no hay coherencia. **Prefiere una carta sincera antes que una sofisticada**. Prefiere saber que las cabras se ordeñan a mano y que a veces el mojo cambia de textura porque la pimienta vino distinta. Eso no es debilidad de marca: es músculo emocional.

Una marca gastronómica honesta es aquella que dice:

“Esto es lo que tenemos. Esto es lo que somos. Y por eso vale.”

Y eso es más poderoso que cualquier claim publicitario. Porque la honestidad **crea vínculos de verdad, no estrategias de temporada**. Cuando un restaurante, una bodega o una pequeña explotación agrícola comunica desde lo que es —con sus ritmos, sus límites, sus saberes heredados—, construye algo más duradero que una tendencia: **construye confianza**.

La honestidad, contada bien, no resta profesionalidad. Suma credibilidad. Y esa, en el marketing de hoy, es la moneda más escasa y más valiosa.

Donaire suma la placa dorada MICHELIN a un año histórico

El restaurante **Donaire**, buque insignia gastronómico del hotel GF Victoria en Costa Adeje, acaba de sumar un nuevo hito a su trayectoria. Tras recibir en la **Guía MICHELIN España 2025** su primera estrella, el equipo liderado por el chef Jesús Camacho ha sido galardonado con la placa dorada MICHELIN por la mejor fotografía grupal de España, en el concurso nacional #MYMICHELINPLAQUEES organizado junto a Makro.

En la imagen premiada, el equipo se convierte en una orquesta sinfónica, con Camacho como director empuñando la placa como batuta, mientras sus compañeros interpretan la partitura culinaria con sartenes, pinzas, copas y botellas. Humor, complicidad y una puesta en escena impecable conquistaron a los jurados, que este año solo entregaron dos placas doradas en todo el país: una por creatividad y otra, la de Donaire, por trabajo en equipo.



Foto ganadora

Para Camacho, formado en casas como **El Celler de Can Roca** y reconocido por su precisión técnica heredada de la pastelería, este galardón refleja la esencia de su cocina: “En Donaire cocinamos con alma, pero también con mucho corazón”. Su propuesta, tanto en el menú “Victoria” como en el “Donaire”, es una narrativa sensorial donde el producto local se viste de alta cocina sin perder raíces.

El espacio que acoge esta experiencia no es menos espectacular: una sala semicircular acristalada en la última planta del GF Victoria, con vistas al Atlántico y a los atardeceres del sur de Tenerife. El servicio de sala, atento y preciso, completa una vivencia donde cada

detalle cuenta.

Este nuevo reconocimiento confirma que Donaire no solo brilla por su estrella, sino también por la personalidad y cohesión de un equipo que sabe transformar la cocina en emoción, y la emoción en recuerdo. En 2025, su partitura gastronómica se toca en clave de oro.



El Chef Jesús Camacho de Donaire durante una ponencia.

Sobre el chef

Desde sus inicios en Venezuela hasta convertirse en el motor creativo de Donaire, Camacho ha demostrado pasión, perfección y un genuino compromiso con el producto local. Su mirada académica, forjada en la repostería, se despliega en

elaboraciones que van más allá del gusto y apelan a emociones, técnicas y narrativas. En sus palabras, cocinan "con alma, pero también con mucho corazón", y ahora ese corazón late más alto tras este doble reconocimiento que ensalza tanto su talento individual como la fuerza del equipo.

Periodista canaria al rescate de 5.000 recetas históricas: la memoria femenina de la cocina

En Canariasgourmet.es creemos que la cocina no solo se saborea: se lee, se estudia y se vive. Por eso, cuando un proyecto rescata siglos de tradición escrita en manos femeninas, merece ser contado. La historiadora y periodista canaria **Yanet Acosta** ha recuperado más de 5.000 recetas históricas entre los siglos XVIII y XX, revelando no solo sabores, sino vidas e historias silenciadas durante generaciones.

En un tiempo en el que la inmediatez parece dominar la conversación gastronómica, una investigación desde Canarias nos recuerda que la cocina también es memoria, identidad y relato. La historiadora y periodista Yanet Acosta, nacida en Garachico y profesora

en la Universidad Rey Juan Carlos, ha liderado un proyecto único que rescata más de 5.000 recetas escritas por mujeres entre los siglos XVIII y XX.

No se trata solo de un compendio de instrucciones culinarias: estos recetarios, muchos de ellos manuscritos, son auténticos diarios de vida donde se mezclan la **cocina cotidiana** con acontecimientos familiares, sociales e incluso políticos. En ellos, el arte de guisar convive con notas sobre viajes, nacimientos o celebraciones, dejando constancia del papel silencioso –pero fundamental– de las mujeres como guardianas de la cultura alimentaria.



Periodista Yanet Acosta. foto: Miguel Velasco. El País

Entre las joyas recuperadas destaca el recetario de **María del Rosario Hernández y Peraza de Ayala (1915–1922)**, un documento que combina técnicas de repostería, recetas de temporada y guiños a la influencia colonial en la despensa isleña. Ingredientes como el jengibre, el cacao o las especias

viajeras aparecen ya en las páginas de principios del siglo XX, demostrando que la globalización del gusto no es un fenómeno reciente.

Todo este archivo se ha digitalizado y está disponible en la plataforma **Recetarios Domésticos Históricos de Canarias**, un portal abierto que permite explorar y descargar estas recetas, preservando la caligrafía original y el contexto de cada autora. El proyecto cuenta con el respaldo del **Gobierno de Canarias** y forma parte del programa europeo **RELISH**, que integra gastronomía, historia y perspectiva de género.



Chef Eduardo Domínguez, de Restaurante Crater (Tenerife)

La cocina profesional ya empieza a recoger este legado. El chef Eduardo Domínguez, de Crater (Tenerife), ha reinterpretado varias de estas recetas, trasladando a sus menús sabores que duermen en la memoria popular: pudines con plátano, guisos con especias viajeras o dulces de convento adaptados a técnicas actuales.

Este archivo culinario es mucho más que un tesoro gastronómico: es el espejo en el que nos reconocemos como cultura y como sociedad. Desde Canariasgourmet.es seguiremos de cerca cómo estos recetarios inspiran a la nueva cocina isleña, manteniendo viva la memoria y el sabor de nuestras islas.

Yanet Acosta no solo rescata un patrimonio culinario de valor incalculable, sino que devuelve voz y protagonismo a quienes, durante siglos, sostuvieron la gastronomía sin recibir el reconocimiento merecido. Porque en cada hoja de estos recetarios no solo se cocina: se escribe la historia de Canarias.

El tomate que huele a infancia: historia y presente del cultivo tradicional en

Tenerife

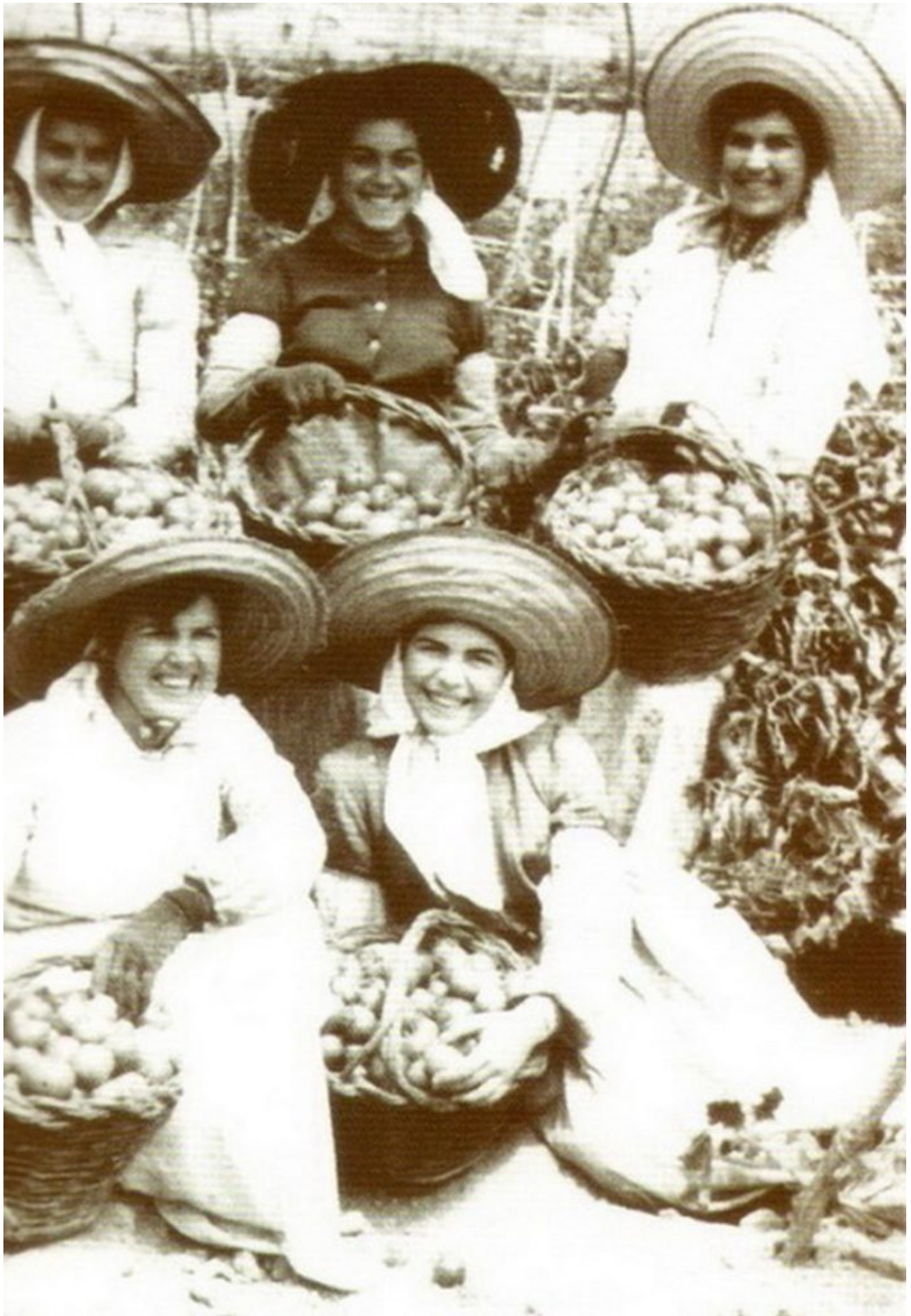
Fotos antiguas: fotosantiguastenerife.blogspot.com

En Canarias, hay olores que forman parte de la memoria colectiva. Uno de ellos es el del tomate maduro. Ese que perfumaba las cocinas cuando las abuelas preparaban el sofrito del potaje, cuando se pelaban con cuidado para hacer mermelada, o se trituraban a mano para una salsa casera. Hoy, ese aroma cuesta encontrarlo. Los tomates de supermercado –uniformes, fríos, sin historia– ya no huelen a nada.

Pero en Tenerife, aún quedan agricultores que cultivan a la antigua. Que no cosechan en verde ni refrigeran el producto. Que dejan que el tomate madure en la planta hasta que el color y el olor digan “está listo”. Ese tipo de cultivo, aunque minoritario, es el que sigue defendiendo el verdadero sabor de la tierra.

Un cultivo con historia (y heridas)

Durante décadas, Canarias fue tierra de tomates. Sobre todo en el sur de Tenerife y en zonas costeras de La Palma y Gran Canaria. Fue un producto de exportación clave, sobre todo al Reino Unido, que conocía nuestros tomates como joyas rojas del Atlántico. Pero la globalización, los precios bajos, el agua cara y las exigencias logísticas terminaron por arrinconar al pequeño agricultor. Muchas fincas se abandonaron. Otras fueron arrasadas por el cemento turístico.



Hoy, los tomates que se cultivan en Tenerife para el consumo local ya no buscan competir por toneladas. Buscan diferenciarse por sabor, por autenticidad, por identidad. Y ahí está la clave.

Agricultores que resisten

En distintas zonas de Tenerife, como Güímar, Fasnía o Valle San Lorenzo, aún sobreviven fincas familiares donde se cultivan tomates como antaño. Agricultores que, con esfuerzo y sin grandes recursos, siguen apostando por variedades locales, maduras en la planta, sin cámaras frigoríficas ni procesos industriales. Para muchos de ellos, vender directamente en mercados o a través de pequeñas cooperativas es la única forma de mantener viva una agricultura que, aunque invisible para muchos, sigue sosteniendo el sabor de la isla.



*Lo que hace don Manuel no es solo **agricultura**: es resistencia cultural. Porque conservar una variedad local, no hibridada, adaptada al clima y al suelo volcánico, es conservar parte de*

nuestra historia.

¿Por qué sabe tan diferente?

La diferencia está en todo: en la variedad, en el suelo, en el agua, en la forma de madurar. El tomate madurado en planta desarrolla compuestos aromáticos que no aparecen si se cosecha verde. El sabor se concentra, la acidez se equilibra, la textura mejora.

Además, el suelo volcánico aporta matices minerales únicos. El sol canario y la escasez hídrica hacen que las plantas se esfuercen más, dando frutos más intensos. Nada que ver con los **tomates aguados** de invernadero intensivo.

El enemigo invisible: la cadena de frío

La mayoría de tomates que se compran hoy han pasado por cámaras frigoríficas desde que se recolectaron. Ese frío, necesario para la logística, detiene procesos naturales de maduración y borra el aroma. Lo que llega al consumidor es un tomate visualmente perfecto, pero gustativamente plano.

Por eso, el tomate local, sin refrigeración, vendido el mismo día o al siguiente de su cosecha, es otra cosa. Literalmente.

En la cocina canaria

Uno de los protagonistas más queridos en la gastronomía doméstica canaria es el conocido “tomate cagón”. Esta variedad, pequeña, de piel fina y sabor intensísimo, forma parte de la memoria de muchas familias. Su fragilidad –que lo hace poco apto para el transporte– es también su virtud: se cultiva para comerse en casa, recién recogido, con pan, con gofio, o simplemente con un poco de sal.

El nombre, aunque suene coloquial, no tiene connotación negativa. Todo lo contrario. El “tomate cagón” es sinónimo de sabor auténtico y de cultivo tradicional. Se encuentra en pequeñas fincas y huertos, y es un ejemplo perfecto de cómo las variedades locales contienen más historia que muchas etiquetas gourmet.



Tomate Cagón

El tomate tiene un lugar esencial en muchos platos de la cocina canaria, sobre todo en preparaciones sencillas donde el producto se expresa sin filtros. Desde un buen pan con aceite y tomate rallado hasta ensaladas frescas con cebolla y sal gorda, o como base para mojos, salsas caseras o escabeches. La calidad del tomate marca la diferencia en estas recetas cotidianas que, sin grandes técnicas, exigen lo mejor del

producto para lograr sabor.



Chef Braulio Simancas



Chef Víctor Suarez

Algunos cocineros canarios, como Víctor Suárez o Braulio Simancas, han defendido el tomate local en sus menús, dándole valor desde la alta cocina.

¿Tiene futuro el tomate tradicional?

Sí. Pero no solo depende del agricultor. Depende de que los consumidores pidamos tomates con sabor. De que los restaurantes apuesten por productos de proximidad. De que las instituciones faciliten el relevo generacional y la comercialización directa. Porque si no hay quien lo compre, no habrá quien lo cultive.

No es moda, es cultura

Comer tomate local no es una moda gourmet. Es un acto cultural. Es elegir sabor, memoria y sostenibilidad frente a la comodidad de lo insípido. Es apoyar a quienes cuidan la tierra para que siga dando frutos de verdad.



Cada tomate cultivado a mano, sin químicos ni cámaras, es el resultado de un esfuerzo diario. Detrás hay jornadas largas, incertidumbre climática, precios inestables y pocas ayudas. Sin embargo, estos agricultores resisten, mantienen vivas las variedades locales y con ellas, una parte de nuestra historia.

Apoyar ese trabajo no es solo un acto de consumo, es una forma de defender lo nuestro. Comprar en el mercado del barrio, preguntar por la procedencia del tomate en un restaurante, elegir con conciencia.

Porque si queremos seguir oliendo a infancia y saboreando el paisaje, necesitamos cuidar a quienes lo hacen posible.

Ese esfuerzo merece ser reconocido, valorado y compartido.

Clean Label: Transparencia o Espejismo Regulador

Por Óscar Acosta

Consultor en Regulaciones FDA | Especialista en 21 CFR 101

En la industria alimentaria, pocas expresiones han cobrado tanta fuerza en la última década como el “**etiquetado limpio**” o **clean label**. El término aparece en etiquetas, anuncios y redes sociales, pero ni en Estados Unidos ni en Europa existe una definición legal que lo respalde. Sin embargo, su popularidad no deja de crecer entre consumidores que buscan productos “naturales” y sin aditivos artificiales.

Este fenómeno no es trivial. La tendencia del clean label afecta directamente a la formulación de productos, al marketing y, sobre todo, a la percepción del consumidor sobre lo que es sano o natural. También genera interrogantes serios sobre los límites entre la transparencia y el espejismo.



Desde un punto de vista técnico y regulatorio, el tema es delicado. El **21 CFR Parte 101 de la FDA** y el **Reglamento (UE) 1169/2011** regulan el etiquetado de alimentos, pero el concepto “etiqueta limpia” no aparece en ninguno de ellos. ¿Qué significa entonces? ¿Hasta qué punto se puede jugar con esta narrativa sin caer en el engaño?

La construcción del concepto y su expansión global

El movimiento clean label nació en los años 2000, cuando los consumidores comenzaron a desconfiar de los ingredientes difíciles de pronunciar y de los aditivos con nombres químicos o códigos E. En respuesta, muchas empresas reformularon productos, eliminando ciertos aditivos y simplificando las listas de ingredientes. La industria lo convirtió en estrategia comercial: menos es más, aunque esa reducción no siempre signifique un beneficio real para la salud.



Europa adoptó la tendencia rápidamente, en parte porque sus consumidores suelen ser más exigentes con lo que aparece en las etiquetas. Pero el **clean label no surgió por razones científicas ni regulatorias**, sino por el marketing y la presión del mercado. Y ahí está la paradoja: al no tener definición legal, cada fabricante interpreta el concepto a su manera, lo que complica la comparación entre productos y puede inducir al error.

El dilema de la salud y la percepción

Uno de los problemas centrales del etiquetado limpio es la **simplificación engañosa**. Un zumo con solo dos ingredientes puede tener más azúcar que una bebida procesada con varios aditivos. La eliminación de conservantes o antioxidantes, por ejemplo, puede reducir la vida útil del producto y aumentar el desperdicio, sin aportar necesariamente un beneficio nutricional.

Algunos aditivos cumplen funciones fundamentales para la

seguridad alimentaria. Es el caso del **E250 (nitrito de sodio)** en embutidos, que previene enfermedades como el botulismo. Otros, como el **E300 (ácido ascórbico)** o el **E160a (betacaroteno)**, son nutrientes o derivados naturales. Sin embargo, la desinformación ha demonizado estos códigos, asociándolos erróneamente con lo artificial o perjudicial.

Uno de los problemas centrales del etiquetado limpio es la simplificación engañosa. Un zumo con solo dos ingredientes puede tener más azúcar que una bebida procesada con varios aditivos. La eliminación de conservantes o antioxidantes, por ejemplo, puede reducir la vida útil del producto y aumentar el desperdicio, sin aportar necesariamente un beneficio nutricional.



La llamada “**falacia de lo natural**” se impone: se tiende a rechazar lo desconocido, aunque sea seguro, y a aceptar sin cuestionamientos lo natural, aunque no siempre sea lo mejor. El resultado es una narrativa alimentaria que a veces prioriza el miedo al aditivo por encima de la ciencia y la seguridad.

¿Qué dice la normativa realmente?

En Estados Unidos, la **FDA regula las etiquetas bajo el 21 CFR Parte 101**, controlando ingredientes, alérgenos y declaraciones de salud. El término clean label no está reconocido y su uso puede ser considerado misbranding si induce a error o crea falsas expectativas.

En Europa, la legislación se rige por el **Reglamento (UE) 1169/2011**, junto al **1924/2006 sobre alegaciones nutricionales**. Tampoco aquí existe un marco específico para el etiquetado limpio, aunque se han desarrollado herramientas como **NutriScore** o **EcoScore**, aún en discusión. Las normativas actuales ponen el foco en evitar el fraude o la desinformación, pero dejan un espacio amplio al marketing emocional.

Canarias ante el clean label: un desafío de identidad

Para las Islas Canarias, este debate tiene una dimensión adicional. Productos tradicionales como el **gofio**, los **mojos**, el **queso curado** o el **plátano de Canarias** cumplen sin artificios las expectativas del etiquetado limpio. Son elaboraciones sencillas, con ingredientes reconocibles y procesos históricos que respetan la identidad local.

GOFIO DE 3 CEREALES Y G

ALÉRGENOS: Puede contener trazas de **HUEVO**, **LECHE** y sus derivados y **FRUTOS DE CÁSCARA**. **CONTIENE GLUTEN.**

Gofio de Mezcla 1 Kg

Información Nutricional	100 g.
Valor calórico	382 kcal
Valor energético	1614 kJ
Proteína bruta	11,9 g
Hidratos de carbono	71,1 g
Azúcares totales	2,4 g
Sodio	0,20 g
Ácidos grasos Saturados	0,61 g
Fibra alimentaria total	9,2 g

Sin embargo, existe un riesgo real de caer en la trampa de la simplificación superficial. No todo producto “corto en ingredientes” es necesariamente mejor. Canarias debe proteger sus productos tradicionales no sólo con sellos de origen, sino con **lenguaje regulado, riguroso y respaldado por la ciencia**. El reto es defender la autenticidad sin ceder al espejismo de las modas pasajeras.

¿Etiqueta honesta o estrategia de marketing?

El clean label puede ser una herramienta positiva si impulsa la **transparencia alimentaria**, pero también puede convertirse en un discurso vacío si se usa para disfrazar carencias o manipular emociones. El sector alimentario –desde los fabricantes hasta los chefs y tecnólogos– debe evitar caer en el marketing fácil y comprometerse con una comunicación honesta y basada en la evidencia.

La clave está en equilibrar la narrativa con la ciencia. Porque en un mercado saturado de mensajes, la veracidad sigue siendo el ingrediente más valioso.

Recomendaciones estratégicas para un sector alimentario transparente

Adoptar políticas de transparencia activa que expliquen claramente la función de cada ingrediente.

- **Invertir en educación del consumidor**, evitando el miedo a los aditivos seguros.
- **Valorar el origen y la identidad de los productos locales**, sin reducirlos a un eslogan.
- **Evitar frases ambiguas** o emocionalmente manipuladoras.

- **Fomentar la colaboración entre ciencia y cocina**, creando productos con propósito y rigor.
- **Consultar especialistas en regulación** para evitar errores que puedan derivar en sanciones.

Este camino no es sencillo, pero es el único sostenible a largo plazo. Porque el consumidor informado no sólo exige transparencia, sino que también la reconoce y la premia.

La Papa que Nos Une: El Rosario acoge el I Encuentro de Productores de Papas Antiguas de Canarias

Por Redacción Canariasgourmet.es

Del campo a la mesa, cargadas de historia, biodiversidad y sabor: las **Papas Antiguas de Canarias** alzan la voz en una cita única que ningún amante del producto local debería perderse. El próximo **jueves 24 de julio**, la Casa de la Cultura del municipio de **El Rosario** se convierte en punto neurálgico de la tradición agrícola canaria con la celebración del **I Encuentro de Productores de Papas Antiguas de Canarias**.

I Encuentro de productores de Papas Antiguas de Canarias



24 JULIO
jueves

De 10:00 a 21:00h
Casa de la Cultura Carlos Alonso

Encuentro de productores
10:00 > 14:00 horas

Tuberosum

Obra de teatro. Medio Almud Teatro
18:00 > 19:00 horas

Sabores con historia

Show cooking y Cata-Degustación
19:00 > 20:00 horas

Entrada libre hasta completar aforo

Para más información:
922 01 01 60 Ext.1112 · aedl@ayuntamientoelrosario.org
922 17 43 42 · mmarpere@gobiernodecanarias.org

Organiza:



Colabora:



El Rosario
TU AYUNTAMIENTO

El
Rosario
TU AYUNTAMIENTO



Organizado por el **Instituto Canario de Calidad Agroalimentaria (ICCA)** en colaboración con el Ayuntamiento de El Rosario, este encuentro busca no solo poner en valor al más humilde –y a la vez ilustre– de nuestros cultivos, sino también crear un espacio para el debate, la formación y el impulso al sector.

¿Por qué no puedes faltar?

Porque pocas veces se reúnen en una sola jornada:

- Expertos como el catedrático **Domingo José Ríos Mesa**, que hablará sobre los agrosistemas y el alma volcánica de nuestras papas.
- Agricultores guardianes del saber popular y variedades con nombres que suenan a música: **“azucenas”, “borrallas”, “coloradas de бага”, “negra yolanda”...**
- Asociaciones que han hecho de la preservación su bandera, como los cosecheros de Icod el Alto y las medianías tinerfeñas.

Y por la tarde, cuando la teoría deja paso a la emoción, el encuentro se transforma en un **festival de sentidos**:

- Vive el espectáculo gastronómico-teatral **“Tuberósum”**, una deliciosa fusión de arte y tierra.
- Participa en la **degustación “Sabores con Historia”**, donde la papa se eleva con maridajes sorprendentes y relatos del pasado.

Este no es solo un evento, es un manifiesto comestible. Una llamada al orgullo rural, a la cocina con conciencia y a la protección de nuestro patrimonio agronómico.

☐ **Guárdate la fecha: 24 de julio**

☐ Desde las 9:00 h

☐ **Casa de la Cultura, El Rosario (Tenerife)**

☐☐ Entrada libre hasta completar aforo

Más que una papa, un legado vivo. Te esperamos.

Premios Nacionales de Gastronomía de Diario de Avisos: 40 años de justicia, equilibrio y sabor

[@diariodeavisos](#)

En un panorama donde algunos premios gastronómicos tienden a desdibujarse entre intereses cruzados, patrocinios disfrazados y decisiones cuestionables, el **Diario de Avisos** ha vuelto a demostrar cómo se hacen las cosas con rigor. Los **Premios Nacionales de Gastronomía**, entregados ayer en El Sauzal, cumplieron 40 años manteniendo un compromiso esencial: reconocer la excelencia real, sin interferencias comerciales, sin listas por conveniencia y sin convertir los galardones en moneda de cambio.



Es importante entender que cuando se otorga un premio gastronómico no solo se reconoce un trabajo, también se está enviando un mensaje al público. Se informa, se orienta y se señala un camino de referencia. Por eso, cuando un restaurante es nombrado el mejor, o cuando un cocinero, un repostero o un bodeguero reciben un galardón, **deben ser realmente los mejores**, no por intereses coyunturales, sino porque representan lo mejor del momento: trabajo serio, trayectoria sólida y aportación real al sector. El premio no es un adorno, es una guía para quienes quieren saber, conocer y disfrutar con criterio.

Desde **Canariasgourmet.es** celebramos y valoramos este tipo de premiaciones, donde el jurado mantiene independencia y los galardonados son verdaderos protagonistas de la gastronomía, no nombres elegidos por simpatía o por estrategia. Aquí se premia con honestidad, y eso, en estos tiempos, es un acto de coherencia.

Los protagonistas de la noche

Miguel Navarro – Premio Manuel Iglesias

[@EsFum](#)

El chef gomero **Miguel Navarro** es uno de los cocineros canarios más respetados fuera y dentro de las islas. Su carrera es un ejemplo de constancia y disciplina. Formado en las mejores casas de Europa, ha trabajado con grandes maestros, entre ellos Xavier Pellicer o Dani García, y hoy lidera con éxito el restaurante **Es Fum**, en el hotel St. Regis Mardavall de Mallorca, donde mantiene una **estrella Michelin**. Su cocina es técnica, elegante y con sabor, siempre mirando al producto. Recibir el **Premio Manuel Iglesias** no solo es un reconocimiento a su trayectoria, sino un guiño a su tierra de origen.



Chef Miguel Navarro

Si en algún momento Canarias necesitara hacer un dreamteam de cocina seguro que Miguel Navarro sería el capitán del equipo, es un cocinero entregado en cuerpo y alma a su profesión con muchísima pasión, creatividad e ingenio.

María Ritter – Mejor Labor de Difusión Gastronómica

[@MaríaRitter](#)

Bajo la dirección de **María Ritter**, la **Guía Repsol** ha recuperado credibilidad y cercanía dando un giro de 180º. Ritter ha conseguido modernizar un medio histórico, alejándolo del simple listado de restaurantes para convertirlo en una plataforma viva de historias, producto, territorio y cultura gastronómica.



Maria Ritter

Directora Guía Repsol en Repsol

Ha apostado por el periodismo gastronómico riguroso, apoyando la sostenibilidad, la cocina de raíz y visibilizando a pequeños productores y cocineros que antes no tenían foco. Su trabajo es un ejemplo de cómo se puede contar la gastronomía sin caer en la frivolidad que en muchas ocasiones disfrazan a la gastronomía en general.

Kamezí (Lanzarote) – Mejor Restaurante Nacional

[@Kamezi](#)

El premio al **Mejor Restaurante Nacional** recayó en **Kamezí**, un espacio singular ubicado en Playa Blanca, Lanzarote, donde la gastronomía se convierte en un acto de responsabilidad con el entorno. Al frente de la cocina está **Rubén Cuesta Rodríguez**, un cocinero con una visión clara: trabajar el producto local con sensibilidad, técnica y máximo respeto al origen.

Kamezí no es un restaurante al uso; es un concepto gastronómico basado en el kilómetro cero radical. Disponen de un **huerto propio**, cultivan parte de sus ingredientes y trabajan con productores lanzaroteños y canarios, garantizando una experiencia en la que el territorio es el protagonista. Este enfoque no es una moda, es su filosofía: el sabor del entorno, directamente del campo o del mar al plato.



Chef Rubén Cuesta Rodríguez

El menú degustación de Kamezí cambia con las estaciones, adaptándose a la disponibilidad real del producto. Rubén Cuesta, formado en grandes cocinas nacionales, aplica técnicas contemporáneas sin caer en la complejidad innecesaria, dejando que el producto hable por sí mismo. Pescados locales,

vegetales de cercanía, quesos artesanos y vinos volcánicos son parte fundamental de una propuesta honesta, que respira territorio en cada pase.

La experiencia en sala es igualmente cuidada. La vajilla es artesana, elaborada por creadores locales, y el equipo ofrece un servicio cercano, donde el relato del plato y el origen del producto son parte de la experiencia. La carta de vinos prioriza referencias canarias, reforzando el compromiso con la sostenibilidad y la economía local.

Este premio reconoce no solo la cocina de autor, sino un modelo de gestión gastronómica sostenible, coherente y con identidad. **Kamezí es hoy un referente de cómo se puede hacer alta cocina en Canarias con producto propio, respeto al territorio y sin renunciar a la excelencia.**

Il Bocconcino by Royal Hideaway (Adeje) – Mejor Restaurante Internacional

[@IlBococcino](#)

El galardón al **Mejor Restaurante Internacional** fue para **Il Bocconcino by Royal Hideaway**, ubicado en el hotel Royal Hideaway Corales Beach, en Adeje, Tenerife. Al frente está el chef **Niki Pavanelli**, un cocinero italiano con una trayectoria consolidada en la alta cocina europea, que ha conseguido un reto delicado: trasladar la esencia de la gastronomía italiana al entorno canario sin imposturas, respetando la tradición y fusionándola con producto local de calidad.



Chef Niki Pavanelli

Il Bocconcino by Royal Hideaway no es un restaurante italiano al uso ni una carta repetida en otros hoteles. Aquí se trabaja desde la alta cocina con un menú donde las pastas frescas conviven con ingredientes canarios, logrando una sinergia que pone en valor ambos mundos gastronómicos. Las salsas, los fondos y las técnicas son netamente italianas, pero con toques atlánticos que sorprenden al comensal sin desvirtuar la raíz.

El chef Pavanelli ha apostado por una

cocina de identidad doble: homenaje a Italia y respeto por Canarias. En sus platos conviven el producto de cercanía—pescados del litoral, papas negras, quesos artesanos—con el recetario italiano más puro, logrando un mestizaje elegante, equilibrado y sin artificios.

La sala y el servicio en Il Bocconcino by Royal Hideaway están a la altura de su propuesta gastronómica. El comensal vive una experiencia completa, con un equipo de sala que acompaña cada plato con un relato coherente y un maridaje que combina vinos italianos de alto nivel con etiquetas canarias seleccionadas, generando un diálogo cultural desde la copa hasta el plato.

Este premio reconoce la cocina internacional bien ejecutada, aquella que se integra en el territorio, respeta las raíces del lugar donde se instala y suma valor sin perder su autenticidad. **Il Bocconcino by Royal Hideaway es hoy un referente en la cocina ítalo-canaria de alta gama** y para nosotros, ya tiene varios años siendo el mejor restaurante internacional de Tenerife.

Otros premiados y menciones destacadas

- **Premio #ConsumeCanario:** El Secreto de Chimiche (Abona, Tenerife)
- **Mejor Labor en Vinos:** Bodega Tierra Fundida (Loreto Pancorbo y Gabriel Morales)
- **Mejor Repostería:** Guirlache (Las Palmas, desde 1973)
- **Mejor Programa de Televisión Gastronómica:** *Comerse el Mundo* de Javier Peña
- **Embajador de la Gastronomía Canaria:** Juan Carlos ‘Caco’ Senante, quien además animó la gala con su conocido humor y guiños al mojo picón.

Una fiesta gastronómica sin imposturas

La gala, conducida por **Aarón Gómez**, combinó humor, emoción y un ambiente festivo donde la gastronomía fue protagonista sin caer en el exceso de pompa. La plaza del Príncipe de El Sauzal acogió un cierre al aire libre, con food trucks y catering, demostrando que la gastronomía es también un acto de encuentro, de calle y de comunidad.

Desde Canariasgourmet.es felicitamos al equipo del Diario de Avisos por mantener este modelo de premiación, donde la gastronomía se celebra con justicia, equilibrio y sin servidumbres. Eso, en estos tiempos, no es poca cosa.