vinetur

La Recortá: nueva etapa para un clásico de Carabanchel

Producto, arraigo y ambición marcan el inicio de una identidad que mira al futuro sin perder el pulso del barrio.

miércoles 25 de febrero de 2026

ESCRITO POR ALBERTO SANZ BLANCO



En el ecosistema gastronómico de Carabanchel, donde la taberna ha mutado en laboratorio de identidad, **La Recortá** (Calle de la Oca, 15) formaliza un movimiento estratégico: abandonar la marca Ultramarinos La Cortá para articular un universo propio bajo el prefijo "re". El gesto no es meramente nominal; responde a una voluntad de sistema. **La Recortá**, **La Refiná** y un próximo proyecto aún por anunciar comparten una arquitectura conceptual basada en redescubrir, reinterpretar y reordenar el legado familiar.

La presentación del pasado 25 de febrero permitió comprobar hasta qué punto ese discurso encuentra traducción en la mesa.

De la distribución al pase de cocina

La tercera generación —con **Julen Ballesta** al frente— aporta más de cuatro décadas de experiencia en la distribución de ibéricos en la Comunidad de Madrid, un bagaje que se traduce en dominio del producto y criterio en la selección. El paso a la hostelería abre una etapa ambiciosa, con el ultramarino contemporáneo como eje y el producto como argumento central en barra y sala. El espacio ya ocupa un lugar reconocible en Carabanchel y cuenta con clientela fiel; por ello, el cambio de identidad supone una decisión estratégica relevante. La Recortá arranca esta nueva fase desde el arraigo y con voluntad de consolidación en el barrio.

Un primer recorrido por la carta

Durante la presentación quedó definida una línea clara: respeto por la materia prima y técnica medida. Los Ibéricos —auténtico ADN de la casa— muestran infiltración limpia, punto de sal afinado y corte uniforme. La Tabla de quesos reúne distintas intensidades y texturas, desde un curado con mayor carácter hasta un azul cremoso y opciones más suaves. Los Mejillones en escabeche destacan por una acidez bien calibrada y especiado armónico, sin estridencias, con el molusco en primer plano.



El Pulpo a la brasa sobre patata revolcona presenta una textura elástica correcta y un fondo ahumado integrado; la patata aporta profundidad y esa densidad tan gustosa de la tradición castellana. La Cazuelita de callos a la madrileña equilibra gelatina, pimentón y punto de picante. Un plato que conecta de forma directa con el espíritu de barrio y en el gusto castizo de Carabanchel.



Los Nachos con pulled pork ibérico, guacamole y mozzarella introducen un guiño más contemporáneo: grasa infiltrada del cerdo, cremosidad y contraste fresco. La Costilla a baja temperatura confirma dominio del punto: carne melosa, fibra que cede con facilidad y glaseado integrado en el conjunto.



El dulce continúa la línea marcada en cocina. Las Palmeritas de chocolate, disponibles en versión clásica y en variantes con fresa, naranja, avellana o chocolate blanco, funcionan como cierre ligero y directo, pensadas para acompañar café o sobremesa informal. La Tarta de queso casera ofrece cremosidad y sabor limpio, en una versión correcta y bien ejecutada.

La propuesta líquida: intención diferenciadora

El apartado líquido ocupa un lugar central en el proyecto. Durante la presentación, Sergio, sumiller del espacio, nos mostró una selección alineada con la identidad de la casa. Entre las incorporaciones recientes figuraron Mal de Amores, un tinto de la Tierra de Castilla con mezcla de uvas que aporta fruta y estructura, y Barbadillo Blanco Semidulce, un blanco de palomino fino con acidez fresca y un leve toque dulce. El maridaje sigue esa línea: vinos de Utiel-Requena y Cariñena (ambos con D.O.), junto a etiquetas con personalidad y cervezas menos habituales como Oro (Bilbao), Keller (Donosti) o Turia (Valencia). La cata mensual "Sorbo a sorbo", programada los jueves, consolida esta apuesta y fortalece el vínculo con el barrio.


MAL DE
AMORES

La Recortá inicia etapa con una base firme: producto bien trabajado, arraigo en el barrio y una propuesta líquida con carácter. El cambio de identidad supone ambición y confianza en el proyecto. Esta primera visita deja sensaciones claras y argumentos suficientes para acudir de nuevo y profundizar en una carta que apunta recorrido.