

EcoVerano

En vivo y en directo **Gourmet**

SANGRE AZUL, ACEITE VERDE

El aceite de oliva español se reivindica a sí mismo presentando vírgenes cada vez más sublimes y un club de cuatro magníficos: los Grandes Pagos de Olivar. Por **Federico Oldenburg**

España es un país verde oliva. Y no lo digo por sus asuntos castrenses, sino por su alta productividad olivarera. La tradición oleícola es larga y firme allí donde nos lleve el toro de Osborne: más de una veintena de denominaciones de origen (Siurana, Les Garrigues, Montes de Toledo, Antequera, Sierra de Cazorla...), una riqueza en variedades de aceitunas que permite elaborar aceites bien diferenciados: desde la amarga cornicabra hasta la picante arbequina, la sutil manzanilla o la golosa picual...

Sin embargo, hasta hace poco el español ha vivido su existencia olivarera con cierta frustración y resentimiento, sobre todo cuando se trataba de medir fuerzas con otro país aceitunero: Italia. El habitual derrotismo patrio se fundaba en la certeza de que los italianos siempre han sabido sacar mejor rédito de unos aceites no siempre mejores y –lo peor de todo– incluso muchas veces importados de España. Un complejo de inferioridad similar al que se experimenta con los franceses en el tema vinícola: el bendito “ellos saben venderlo, nosotros no”, al que siempre se recurre para explicar la ausencia de

botellas –de vino o de oliva virgen– en los grandes escaparates internacionales.

Por suerte, en los últimos años, el derrotismo agropecuario hispano parece haber perdido actualidad gracias a unos aceites vírgenes de enorme calidad, que dan fe de un cambio en los métodos de producción y en la mentalidad de los empresarios olivareros: productos tan excelsos como bien vestidos y presentados. Una de las puntas de lanza en esta Nueva Era del aceite español es el club de los aristócratas olivareros, Grandes Pagos de Olivar, que reúne a la crema de los mejores vírgenes españoles: Dauro, Marqués de Griñón, Abbae de Queiles y Marqués de Valdeza. Entre marqueses anda el juego. No por otra cosa don Carlos Falcó, marqués de Griñón, es uno de los impulsores de este proyecto, tal como ha hecho con su “espejo” vinícola, los Grandes Pagos de España. Su hija Xandra, cada vez más involucrada, es el motor de la asociación. Sangre joven (y azul) para un aceite joven (y verde).

Ahora bien, ¿qué demonios es un aceite de pago? ¿Uno por el que se paga, aquel que no se puede regalar? Pues no, no es tan simple. Un vino –o un aceite, lo mismo da– de pago es

aquel que se elabora tan sólo a partir de la fruta que crece en una propiedad, con unas características de terruño particulares. Es decir, es el antiganel. El líquido más mimado, el que mejor representa a una parcela en concreto. Es justo esta cualidad la que caracteriza a los cuatro magníficos del aceite virgen español.

Los cuatro magníficos

El de Griñón está elaborado en la finca Capilla del Fraile, en San Martín de Pusa (Toledo), donde en 1997 el marqués y su socio oleícola, Iñigo Valdenebro, plantaron 120 hectáreas con las variedades arbequina, picual y manzanilla. En 2002, construyeron una moderna almazara y contrataron al más prestigioso entre los maestros olivareros de la Toscana, Marco Mugelli (¡tenía que haber un italiano como para confirmar todas las sospechas!). La primera cosecha, de la temporada 2002-2003 y *coupage* de las tres variedades mencionadas, disparó todas las expectativas sobre lo que puede dar de sí el aceite de oliva español si se hacen las cosas bien.

Igual de bien, justamente, venían haciendo las cosas desde 1999 los responsables de las bodegas Roda, de La Rioja, que ya habían



Olivas con las que Bodegas Roda elabora sus aceites Dauro y Aubocassa.

transmutado en papel de olivareros en el Empordà (Girona) y Manacor (Mallorca), elaborando dos magníficos aceites: Dauro y Aubocassa. Incorporando el zumo de aceitunas de la variedad arbequina, korneiki y hojiblanca, Dauro fue recibido como “el primer aceite de pago español” o un “château de aceite”. Como Marqués de Griñón, este aceite tiene la particularidad de proceder de una empresa especializada en la elaboración de vinos, una duplicidad que, es muy habitual en las haciendas agrícolas de Italia.

El tercer magnífico es Abbae de Queiles, un aceite navarro que también impresionó a los expertos cuando inició su comercialización, hace ya más de un

lustro. Procede del zumo de aceitunas de las variedades arbequina y picual que crecen en los prados de Monteagudo.

Familia de alcornia

Por fin, el último en incorporarse a este selecto club es Marqués de Valdeza, extremeño de Mérida, más precisamente de la finca Perales de Miraflores. Allí, otra familia de alcornia, los Álvarez de Toledo, se ha propuesto elaborar “uno de los mejores aceites de oliva del mundo” combinando métodos tradicionales con las últimas innovaciones tecnológicas para extraer la esencia de las aceitunas de la variedad hojiblanca, picual, arbequina y morisca (esta última, auténticamente extremeña). Si no lo han

conseguido aún, al menos ya han entrado en el club de los Grandes Pagos. Esto les permite participar en eventos tan específicos y rimbombantes como las catas que está completando la cristalería austriaca Riedel para conseguir el diseño perfecto para una copa de degustación de aceites. “Porque es una pena –Griñón *dixit*– que en las casas podamos apreciar el sabor del aceite pero no lleguemos a percibir en plenitud sus aromas”. De modo que, en poco tiempo, tendremos acceso a un *catceites* doméstico y podremos ofrecer a nuestros invitados, como buenos anfitriones, una nueva experiencia sensorial. ¿Otra copita de aceite? ¿De pago o del de toda la vida?

Botella de aceite de Marqués de Valdeza.



Optimum Comer

Por Álvaro Castro

Chocolates de diseño españoles

La convivencia de gente de distintos países amplía las recetas en la mesa

Nunca imaginamos que en las revistas de gastronomía y tendencias de medio mundo destacaríamos por hacer buen chocolate con buen diseño. Estas son algunas de las firmas que lo han hecho posible:

1. Xocoa (www.xocoa-bcn.com). Tienen tiendas propias en Barcelona, Madrid, Valencia, Gerona... donde venden sus divertidas tabletas de estampados retro y pop de sabores geniales (té verde, naranja, arroz inflado...). Pero el más impactante es su Gold con láminas de oro verdadero. Además de chocolates realizan cervezas de chocolate, música para disfrutarlo, etc.

2. Chocolat Factory (www.chocolatfactory.com). Buen diseño para chocolates procedentes de Bélgica. Destacan sus trufas y su increíble florero de chocolate con su maceta, arena y ramas (todo deliciosamente comestible). Son famosos por sus tubos con pastillas de chocolate (en forma de hojas, flores, mariposas...) negro, con leche o blanco. Packaging muy mimado.

3. Cacao Sampaka (www.cacosampaka.com). Cuenta



Una ensaimada, típico bollo mallorquín. JUANJO SANTACANA

con deliciosas tiendas (en todos los sentidos) en Palma, Gerona, Barcelona, Madrid... en las que venden chocolate con distintas proporciones de

cacao de distintos orígenes (Venezuela, Brasil, Ecuador...), bombones de alucinantes sabores (anchoas, aceite, flores, pimientas...) y caprichos varios (grajeas, cobertura de chocolate, "conguitos"...). Además tienen todo lo necesario para aprender y vivir la cultura del chocolate (libros, instrumental, vinos para maridarlos...). Cuentan con bar-cafetería con sándwiches, ensaladas y postres, como no, de chocolate y ahora en verano helados para llevar (a mí me encanta el de chocolate blanco con yoghurt de limón), tomar allí o llevarse los a la calle.

cio.com). Frente a las anteriores tres, todas ellas catalanas, Pancracio viene de Cádiz. En poco menos de un año de andadura ya estaban en las estanterías de Colette (el multiespacio parisino templo de la modernidad) y en las más selectas tiendas de moda y gastronomía de España y Europa. Hacen chocolates y trufas pero también té (ahora en verano con versiones para té frío), pasta-espirales- de cacao (no de chocolate, es decir salada, no dulce, para tomar como plato principal o guarnición) y ya preparan el lanzamiento de un vodka de chocolate. Envoltorios y cajas hiperelegantes.



Una ensaimada, típico bollo mallorquín. JUANJO SANTACANA

4. Pancracio ([**El paraíso existe Miami**](http://www.pancra-</p>
</div>
<div data-bbox=)

Por Juanjo Santacana

"Hay que disfrutar de las cosas en su lugar de origen"

Felipe San Juan

Consejero delegado de Saatchi & Saatchi España

P ¿Por qué ese destino?

R Sin lugar a dudas elijo Miami. Para mí es un lugar donde el trabajo y la vida personal alcanzan su mejor balance.

P ¿Cómo fue?

R Me destinaron por motivos laborales a Miami y, finalmente, me quedé cuatro años. Practicar windsurf, kitesurf, jogging en la playa... eran parte de mi jornada durante varias horas al día.

P Algo inolvidable

R Recuerdo como si hubiera sido ayer las reuniones de trabajo para el lanzamiento de un automóvil en la playa. Además, el director creativo del proyecto consi-

guió un New York Festival de Oro por la campaña de publicidad.

P Recomendaciones

R Desde luego, en lo que respecta a indumentaria, sólo hace falta llevar unos pantalones cortos, varias camisetas y unas chanclas de playa. Bueno, quizá habría que meter en la maleta un pantalón largo para comer en la terraza que hay frente al mar Smith & Wollensky (South Point) o en el Grill Fish, mis dos lugares favoritos. También es imprescindible dar un paseo al atardecer por Lincoln Road para visitar sus tiendas y galerías de arte. Después, es buena idea refrescarse con un mojito en Condado Peñil.

P Un souvenir

R Una gorra de los Miami Heats. Además, merece la pena comprarla en su cancha, en el American Airlines Arena Miami. Es realmente espectacular y una buena ocasión para verlos en acción.



Sebastián Reyna.

Prepara tu viaje en guiacamps.com
 Y gana este SEAT Toledo y miles de premios en carabineros.
guiacamps.com