



COMER

DE LA UVA A LA ACEITUNA

ENTRE LOS BODEGUEROS, EL ACEITE ESTÁ DE MODA. EL VINO Y EL ZUMO DE LA OLIVA SE DAN LA MANO EN LAS MEJORES MESAS DEL MUNDO. POR ESO ES CADA DÍA MAYOR EL NÚMERO DE BODEGAS QUE LANZAN SU PROPIA MARCA



Vino y aceite forman parte esencial de nuestra cultura y, además, España es uno de los líderes mundiales en ambos productos. Hablamos de industrias potentes, seriamente implantadas, que hasta ahora nunca se habían mirado de frente, sino que recorrían caminos paralelos dándose la espalda. Hace unos años algo comenzó a cambiar y, siguiendo el ejemplo italiano, ciertos bodegueros empezaron a interesarse por el apasionante mundo del aceite de oliva. Acercarlo al vino parece una estrategia acertada para potenciar una industria, la de los aceites vírgenes extra, de calidad aún infravalorada.

En Bodegas Roda fueron pioneros. Agustín Santolalla e Isidro Palacios diseñaron un proyecto para rentabilizar varias fincas agrícolas en Mallorca y el Ampurdán. El acei-

JOYAS DE BODEGA. DAURO AUBOCASSA (B. RODA), MARQUÉS DE VALDUEZA, HACIENDA BRACAMONTE (GONZÁLEZ BYASS) Y ARZUAGA.

te fue su objetivo pues, a pesar de ser un producto distinto al vino, compartía con él muchas sinergias: cultivo, fases de elaboración, imagen, comercialización... «Queríamos elaborar aceites con idéntica filosofía que nuestros vinos: elegantes y de gran calidad, en los que, como ya hacíamos con los segundos, controláramos todo el proceso de elaboración: recogida, molturación, embotellado... En el invierno de 1998 veían la luz las primeras botellas de Dauro Aubocassa. Casi al mismo tiempo, los hermanos Zulategui, dos *gourmets* apasionados por el aceite, hartos de ver cómo en el extranjero sólo se vendían aceites italianos, presentaron un innovador proyecto a las bodegas

González Byass para comercializar, a través de sus poderosos canales de distribución, un aceite virgen extra elaborado con una selección de la producción de la cooperativa malagueña Hojiblanca. Así nació Hacienda Bracamonte. «Nadie tiene tanto aceite para elegir y preparar los *coupages* como nosotros», explica Joaquín Zulategui. «Es una forma de garantizar calidad».

Dos filosofías de trabajo distintas bajo las que se agrupan los demás. Mientras Torres, Perelada, Murrieta o Lealtanza compran el aceite, Marqués de Griñón, Marqués de Valdeuza, Roda o Arzuaga cultivan sus propios olivos y controlan el proceso de principio a fin, igual que hacen con los vinos. Ésa es la razón que aducen los responsables de Arzuaga para justificar los premios consecutivos que, año tras año, les otorga la denominación Montes de Toledo.

VIDAS PARALELAS. Para Fadrique Álvarez de Toledo, de Marqués de Valdeuza, el paralelismo entre vino y aceite es evidente: «Uva y aceituna son dos frutos, para que el vino o el aceite sean de calidad es primordial que estén sanos y eso implica cuidar el campo. Después, en el proceso de elaboración, ya no hay tantas similitudes, pero es una cuestión de filosofía, de búsqueda de la excelencia. El secreto está en los ensamblajes que permiten alcanzar el equilibrio y ahí es donde brilla el trabajo de los enólogos y los oleólogos». El caso de Marqués de Valdeuza es singular, ya que no se trata de bodegueros que hacen aceite sino, al contrario, de olivicultores que han decidido elaborar vino.

El marqués de Griñón soñó con ambas cosas desde su juventud, cuando en su propiedad de Castillo de Malpica se producían vino y aceite que se vendían a granel. «Mi padre siempre ha defendido los vinos y aceites de finca», expone su hija, Sandra Falcó. «Sólo así es posible tener el control y garantizar la calidad. En eso se resume la filosofía de Grandes Pagos de España y Grandes Pagos de Olivar». Otro de los paralelismos es el de la cata, si bien en este aspecto el vino lleva mucha ventaja. En la página web de Dauro (www.roda.es) se dan las pistas para realizar una cata hedonista, inspirada en la del vino, que ayude a descubrir matices para disfrutar el aceite en toda su plenitud. «En Italia», explica Sandra Falcó, «los grandes aceites toscanos tienen un enorme prestigio social: sacar una botella a la mesa es tan importante como sacar un buen vino». **JULIA PÉREZ**

CLUB DEL GOURMET EN *El Corte Inglés*

