



## Jamón y queso que saben a chocolate

### El futuro de los sabores se cita en Alimentaria y Barcelona Vanguardia

ROSA RIVAS  
Barcelona

Desde la despensa extremeña que reivindica la pureza de las carnes ibéricas hasta el chocolate fruta que revisten los sabores primarios del jamón o el queso. Cafés verdes antioxidantes, tapas con algas y berberechos para abrir y servir, aguas con más oxígeno. Panes hechos a medida con *wasabi*, melón o tomate. Zumos que saben a fruta recién cogida del árbol. Verduras transformadas en perfumes. Salsas bravas con toques de raíces japonesas de Albert Adrià. Hierbas, harinas y semillas preparadas por Mugaritz. De marcas conocidas a nombres que empiezan. Hay miles de productos para el hambre de curiosidades. Lo que la alta cocina sabe lo enlata, lo empaqueta bonito y lo exporta.

Imaginativos y competitivos. Así se presentan la cocina y la industria españolas. En la feria Alimentaria y el congreso Barcelona Vanguardia, han convivido estos días compradores y cocineros de tendencias y realidades consolidadas. Y el público ha probado las elaboraciones que exponían los chefs: desde la gamba roja de Denia (Quique Dacosta recordó que en 22 años la ha cocinado de 24 formas) a las aceitunas



nas caramelizadas de El Celler de Can Roca.

Ya no da pudor asumir ser un referente mundial porque se demuestra que da beneficios económicos. Si una región crece a nivel gastronómico, aumenta el turismo. Lo repitieron ayer Quique Dacosta, Marcelo Tejedor y Martín Berasategui, que hablaron de cómo

revitalizar regiones, con o sin ayuda de las estrellas y las guías.

Y también se pueden optimizar los recursos y hacer una gestión internacional de los conceptos gastronómicos locales. Los ejemplos de lo *glocal* (global-local) abundan ya: Nacho Manzano ha exportado a Londres el sabor asturiano de Arriondas. Los gemelos

Sergio y Javier Torres se bifurcan gastronómicamente en Cataluña y Brasil, país donde cocina también Sergi Arola, además de Portugal. El andaluz Dani García lleva sus tapas a los aeropuertos. Y José Andrés, embajador de los productos españoles en EE UU desde hace 18 años, aboga por un frente común de autonomías lan-

zando sus mejores ingredientes al mundo: aceite, jamón y mucho más.

“Hay que estar orgullosos de lo logrado, y tener humildad para seguir aprendiendo y creciendo”, opina Juan Mari Arzak, con 32 de sus 67 años manteniendo un ritmo constante de “tradicición renovada”. “Tenemos que volar y evolucionar pero sin dejar las raíces. Cuando cierras los ojos y comes



Arriba, salsas y aliños de Albert Adrià, a la izquierda, nueva línea de productos elaborados por Mugaritz. / CONSUELO BAUTISTA

lo que hacemos sabes qué es lo tuyo. Y somos distintos. Ese es el gran triunfo de la cocina española. Hay que representar a España dignamente y mejorar cada día”, dice el maestro. Por sus palabras y sus hechos le rindieron ayer homenaje —con todos los colegas arropándole— en el escenario de Barcelona Vanguardia.