



ALTA GASTRONOMÍA ›

# Los aliados de las estrellas de la cocina

Los mejores chefs de España descubren a los proveedores de materias primas con las que han conquistado el olimpo Michelin



ALMUDENA  
ÁVALOS

25 FEB 2016 - 17:39 CET



Buscan pollos azules, extraen leche de ovejas en peligro de extinción, rescatan pescados que nadie quiere comprar, plantan zanahorias moradas, especias exóticas traídas de los confines de la tierra y, si por los cocineros

MÁS INFORMACIÓN

fuera, conseguirían sangre de unicornio para hacer morcilla. Los máximos representantes de la cocina española tienen un pequeño ejército de fieles proveedores que logran aliviar, momentáneamente, las exigencias de los cocineros con tres estrellas Michelin. De ellos escuchan sus consejos e historias. “Son los guardianes de la gastronomía”, define Eneko Atxa, último chef vasco en recibir la tercera estrella en 2012 por su restaurante Azurmendi en Larrabetzu (Bizkaia).



FOTOGALERÍA Los aliados de las estrellas Michelin



^ PUBLICIDAD ^

“Para conseguir el mejor producto hay que gastar tiempo en encontrarlo y dinero para pagar lo que vale. Yo no discuto el precio de una gamba”, afirma Carme Rusalleda, la mujer con más estrellas Michelin del mundo. Luce siete. Cinco en Barcelona (tres por su restaurante Sant Pau, en Sant Pol de Mar, y dos por Moments) y otro par en Japón por su establecimiento Sant Pau de Tokio. Sentada en la barca de su pescadero, Josep García, atiende a sus explicaciones mientras los marineros descargan el género en el puerto de Barcelona. “La gamba es nuestro oro”, le cuenta Josep. “La cuidamos porque su calidad depende de las manos del pescador, de cómo la pesque y trate”. Cada noche, el equipo de Carme espera que llegue este reparto para hacer un caldo. “En cuanto aparecen, les quitamos la cabeza y las dejamos en estado de *shock*. La gamba tiene que llegar a mis manos como una vedete”, dice Rusalleda con una sempiterna sonrisa.

Decenas de personas llaman cada año a las puertas de estos restaurantes. Cargados con una cesta de 6 manzanas o 15 setas, con su teléfono apuntado a bolígrafo en un papel, aparecen vestidos de camuflaje con piezas de caza recién capturadas o con las botas de pescar calzadas y un cubo lleno de

rutilante marisco. Todos son recibidos, pero pocos los elegidos. Solo aquellos que consigan seducir al cocinero por su excelso producto y su compromiso con el entorno o los que les hayan demostrado fidelidad y complicidad a lo largo de los años, como le sucede al chef de DiverXO, fenómeno mediático y único tres estrellas de Madrid: “Hoy es fácil que haya gente que quiera trabajar para Dabiz Muñoz. Hasta el que me vendió un brote de rúcula se hace la foto con nosotros para decir que nos suministra. Pero hace nueve años, sin estrellas ni fama, mi pescadero y mi pollero fueron los únicos que confiaron en mí. La actitud de entonces no es diferente a la de ahora y ellos siguen escuchando mis tonterías. Javier, el comercial de Pescaderías Coruñesas, viene una vez por semana y me cuenta cosas que ha leído o me manda mensajes con algo que ha visto. Un 50% de esas veces incluyo sus sugerencias en mi cocina”.



El cocinero Dabiz Muñoz y su pescadero Diego García. /Vanessa Montero

Los cocineros tratan a sus proveedores como vigías y maestros de los que nutrirse. Han de ser trabajadores inconformistas y máximos conocedores de su materia. Así, a sus 67 años, Pedro Subijana, impulsor de la prestigiosa asociación europea de cocineros Euro-Toques en 1986 y con tres estrellas Michelin desde 2007 por su restaurante donostiarra Akelarre, solo tiene oídos para su amigo Mikel cuando este habla de la fermentación del pan. Conversan en la trastienda de la panadería Galparsoro cuando Pedro suelta: “Aunque podría estar jubilado, tengo ilusión por aprender. Por eso vengo a hablar con él, para seguir formándome”. Hace unos años, Subijana preguntó a Mikel si podría hacer los panes amargos que se comían antaño. “Justo yo andaba elaborando pruebas con la masa madre natural. Estábamos investigando en la misma dirección y nos convertimos en los primeros en venderlo en San Sebastián. Ahora se lo llevamos solo a él”.

Cuando Santos Ruiz, gerente de la Denominación de Origen Arroz de Valencia, recibió la llamada de Quique Dacosta, pensó que buscaba patrocinadores. Corría el año 2000 “y los cocineros desconocían las variedades de arroz que se producían en la Comunidad Valenciana”, cuenta Santos. Dacosta no tenía ninguna de las actuales tres estrellas Michelin de su restaurante en Denia cuando le citó en su local y le rogó que le contara todo sobre el arroz. “Durante las cuatro siguientes horas no



cesó de escucharme y tomar notas”, dice Ruiz. Poco tiempo después Quique publicó su libro *Arroces contemporáneos* (editorial Montagud). “Y gracias a eso sus colegas de profesión comenzaron a valorar este producto pidiéndolo por su variedad en vez de por marcas. El arroz, que había permanecido anclado en la cocina tradicional, dio el salto a la alta gastronomía por primera vez”, recuerda Santos. Mientras pasean por los arrozales del parque natural de la Albufera valenciana, cocinero y productor charlan sobre las propiedades de algunos granos locales. Después se llamarán con frecuencia, se consultarán dudas y explorarán diferentes caminos. Así es su relación. Santos le envía producto para que experimente y Quique lo convierte en platos tan creativos de su carta como el Arroz Senia, con fondo y carne de morena, juliana de remolacha helada, polvo de yogur y berros de agua picante.



^ PUBLICIDAD ^

“Ellos son las enciclopedias andantes de nuestra gastronomía”, afirma el chef Eneko Atxa. “Ahora que está tan en boga la sostenibilidad, también incluye ayudar a las personas que conservan el patrimonio de nuestra cultura culinaria. Para lograrlo, hay que crear riqueza en el entorno fomentando que tengan vías de salida y se puedan ganar la vida con ello”, explica Atxa. Y predica con su ejemplo. Al elaborar pan, talos y su homenaje al *morokil* (papilla de harina de maíz) usa el *txakinarto*, maíz autóctono que proviene del molino familiar de Luis Azillona, a 14 kilómetros de su restaurante y con más de 350 años de existencia. “Conservamos el mismo producto que llegó entonces de México. Pero con esto no te haces rico, solo da la satisfacción de conservar un cereal único, ancestral y excelente”, explica Azillona. “Da mucho trabajo y es difícil que perdure porque el *txakinarto* es débil. Nuestra variedad no está protegida. Con que alguien plante híbridos a 200 metros de mi huerto, podría contaminarlo a través del polen, por el aire, y acabar fácilmente con él”.

Con el mismo cariño y respeto habla Elena Arzak de los *baserritarras* (gente de caserío) que le abastecen de hortalizas. Es una relación tan familiar que no duda en bromear con el más joven, Unai

Lizarralde, diciéndole que salga por las noches, “que no todo va a ser el campo”. En Arzak, padres de la cocina de vanguardia actual y poseedores de la tercera Michelin desde 1989, cuentan con la confianza de varios caseríos donostiarras como el de Unai, que creció sin ver echar un herbicida en sus tierras. Ahora, con 26 años, está al frente de la huerta ecológica de su padre. Caminando con él, entre coles y calabazas nacidas en esta parcela de Igueldo, Elena elogia su trabajo. Ensalza la manera en que Lizarralde trata el producto, la relación cercana que mantienen (a cinco minutos en coche y constantes llamadas telefónicas) y le emociona que “existan negocios donde los jóvenes se contagian de la profesión y excelencia de sus padres”. Unai tiene manos de campo y cabeza del siglo XXI. “No está reñido. Envío fotos por WhatsApp de lo que voy sacando al grupo de consumo que tengo”. Cultiva variedades de la zona que se están recuperando para que no desaparezcan, como el tomate rosado de Aretxabaleta. “Unai tiene mucho paladar. Está acostumbrado a los mejores productos y no quiere comer otra cosa. Por eso nos fiamos muchísimo de su criterio”, concluye Arzak.

Los mismos chefs a los que hace años se les echaba en cara estar en contra de la cocina popular hoy demuestran que son los que se ocupan de la tradición. Los grandes restaurantes siempre se han preocupado por tener el mejor producto, pero ahora también por conocer el mensaje que va implícito en él: cómo se ha producido, dónde y en qué contexto social. “Somos los primeros interesados en tener la mejor materia prima. Cocinamos a partir de la inteligencia de la naturaleza y de los que la trabajan, que han de tener cara, nombres y apellidos para nosotros. Sin ellos no tendría ni la punta de una de las siete estrellas Michelin”, dice Martín Berasategui. Él atesora tres de estos galardones por su restaurante homónimo en Lasarte (San Sebastián), dos por el Monument Hotel de Barcelona y otro por el MB del The Ritz-Carlton Abama de Tenerife. Además tiene otros locales repartidos por España, México y República Dominicana. “Necesito a gente como Alfonso Esparza, que cuida sus aves como a hijos. Nuestro trabajo viene después al poner en valor estos productos”, explica Martín observando a las gallinas de Alfonso corretear por el donostiarra caserío Marabieta. Quique Dacosta da un paso más: “Ser cocinero hoy tiene relevancia porque podemos concienciar a la gente de que hacer la compra es el acto de responsabilidad social más cotidiano de nuestra vida. Puedes suscribirte a una ONG y pagar una cuota para intentar cambiar algo en lo que crees. Bueno, pues cada vez que vas al supermercado puedes actuar con justicia agrícola. Tener una alimentación más consciente, un consumo más responsable y solidario con tu entorno, ayudar a conservar un paisaje y, de paso, saber qué estás

**Los chefs a quienes se les consideraba en contra de la cocina popular se ocupan hoy de la tradición**

comiendo”.

Para Ruscalleda, la proximidad es importante. “Le da viveza al producto, llega sin *jet lag*”. Sin embargo, Dabiz Muñoz no le otorga esa medalla: “En mi búsqueda del 10, si lo encuentro cerca, estupendo; si no, da igual. Decir que el pequeño productor cercano es lo mejor es el mismo mito que afirmar que la mejor cocina es la de las abuelas”. Dacosta abre una ventana al mundo en este sentido: “Si queremos que se consuma en otros países aceite o vino español, no nos podemos cerrar en banda a usar los productos del extranjero. No hay que ser radical en nada. Cuando la gente me dice que todo lo de mi cocina ha de ser de la zona, solo les respondo que espero que sus zapatos sean de Elche”.

“Nadie discute el precio de la leche cuando nos la compran a nueve euros el litro”, asegura el pastor Manel Marcè, de la granja homónima. Su explotación agraria se encuentra en Siurana d’Empordà, a siete kilómetros del Mediterráneo que baña la provincia de Girona. Son los únicos del mundo en extraer leche de ovejas ripollesas ecológicas, en peligro de extinción, que solo dan medio litro al día. Y los culpables de esto son los dueños de El Celler de Can Roca, también de Girona, considerado el mejor restaurante del mundo según la publicación *Restaurant Magazine*. “Cuando un amigo común nos dio a probar su recuit, la cuajada tradicional de la zona, quedamos extasiados y pedimos a Manel que nos trajera la leche con la que lo elaboraba”, recuerda el chef Joan Roca sentado en una paca del establo. El pastor comenzó a llevársela en botellas de plástico recicladas y de ahí salió uno de sus postres míticos, el Làctic. Después le pidieron corderos para cocinar. “La gente hace razas híbridas que producen más cantidad de carne, pero nosotros mantenemos la ripollesa porque buscamos un público que quiera máxima calidad”, afirma Manel. “Debería protegerse como la catedral de Girona. Si esta se cayera, habría un sentir popular por ser patrimonio de todos. Pues una raza autóctona debería ser igual. Tiene un potencial genético brutal y habla de lo que somos”.

[elpaissemanal@elpais.es](mailto:elpaissemanal@elpais.es)



**ARCHIVADO**

**EN:**

Alta gastronomía · Martín Berasategui · Elena Arzak · Pedro Subijana · Carme Ruscalleda · Eneko Atxa · Joan Roca · Quique Dacosta · David Muñoz · Gastronomía · Cultura · Alimentación · Industria

---

**MÁS INFORMACIÓN**

---