

Tom Mueller, el escritor americano con corazón mediterráneo

“Los productores españoles de AOVE Premium se han hecho un hueco por méritos propios en la imaginación del consumidor estadounidense”

Hace dos décadas salió de Estados Unidos rumbo al Mediterráneo. Fue entonces cuando conectó por primera vez con aquel árbol que había conocido en las historias y mitos de su infancia. Al probar su zumo, se abrió ante él un vasto continente repleto de aromas y sabores, de historias pasadas y posibilidades futuras. Es por ello que, desde entonces, dedica su tiempo a viajar en busca de los tesoros escondidos del olivo y a escribir sobre ellos. Si su libro *Extra Virginity* ya sentó cátedra, su último artículo en la biblia del vino, *Wine Spectator (Spain Turns Olives Into Gold)*, es una declaración de intenciones dedicada a los productores de AOVE español.

[TEXTO: Pandora Peñamil Peñafiel]

Recientemente, un artículo tuyo publicado en *Wine Spectator (Spain Turns Olives Into Gold)* puso en el mapa los AOVes de alta gama de nuestro país. ¿Es éste el momento de los vírgenes extra españoles?

En realidad, he hecho lo que los italianos llamarían *la scoperta dell'acqua calda* (el descubrimiento del agua caliente). Los productores españoles cualificados y comprometidos llevan haciendo AOVes fantásticos durante más de una década. Quizás por ello, *Wine Spectator* y yo pensamos que ya era hora de honrar a los mejores productores españoles, y estoy emocionado al ver que, al

menos algunos organismos del Gobierno español, están de acuerdo -véase la nueva campaña de promoción de la Oficina Comercial española en EEUU, reconociendo a los mejores productores, lo cual para mí es una estrategia clave-

El hecho es que la calidad del aceite de oliva virgen extra, así como de otros alimentos de primera calidad, se refleja en la imagen de un país. España, siendo un gran Estado en este sentido, merece ser asociado en la mente de las personas a un gran AOVE, no a un aceite a granel de inferior calidad.

Para los productores españoles, EEUU es un mercado estratégico y objetivo de numerosas campañas de promoción y comercialización.

¿Cual es, en tu opinión, la percepción y el conocimiento del consumidor americano sobre los AOVes españoles?

Hasta hace poco, la mayoría de los norteamericanos asociaban el aceite de oliva virgen extra Premium con Italia y, en menor medida, con Grecia. Esto se basaba tanto en la ignorancia general de la media de los consumidores estadounidenses -una gran parte del aceite etiquetado como “italiano” procede en realidad de aceitunas cultivadas en España- como en el hecho de que España producía una gran cantidad de aceite de inferior calidad destinado a venderse a granel. Pero esta situación está cambiando de forma veloz. Los mejores productores españoles se han hecho un hueco, por méritos pro-





“Existe una **nueva corriente** en torno al aceite de oliva de alta **calidad** en EEUU. El **consumidor** estadounidense se está **informando** y **educando**”

pios, en la imaginación del consumidor de Norteamérica.

En los países mediterráneos, numerosos productores tienen la sensación de que EEUU trata de poner barreras y limitaciones a la exportación de sus AOVes al mercado americano -los estudios de la UC Davis, el informe Olive Oil: Conditions of Competition between U.S. and Major Foreign Supplier Industries, realizado por la U.S. International Trade Commission (USITC)...- ¿Es esta percepción real? Si es así, ¿cuál puede ser la razón por la que existe esta desconfianza en torno a la calidad, controles y trazabilidad del productor mediterráneo?

Estados Unidos no está erigiendo barreras o restricciones especiales en este sentido. Simplemente está tratando de asegurar que todo el aceite de oliva que los estadounidenses consumen, ya sea nacional o importado, se etiqueta correctamente: si la etiqueta dice “virgen extra”, debe ser AOVE lo que contiene esa botella.

Todos los grandes productores de AOVE españoles que conozco quieren exactamente lo mismo: que se cumplan las normas legales, con el fin de que no tengan que sufrir una competencia desleal por parte de “falsos vírgenes extra”.

Los productores Premium italianos, griegos, portugueses, tunecinos y de otros países que conozco también comparten esta misma cruzada.

Lo cierto es que mucho AOVE comercializado en EEUU no es, en realidad, virgen extra, ya que los estudios realizados por la UC Davis y los informes de consumo de la United States International Trade Commission (USITC) así lo demuestran. Los países europeos reconocen también este hecho. El estudio de

2012 realizado por la Organización de Consumidores y Usuarios (OCU), y otras investigaciones desarrolladas por la Junta de Andalucía, arrojaron los mismos resultados.

El Plan de Acción de la UE para el aceite de oliva deplora el uso generalizado de aceite desodorizado y está intentando emprender acciones para luchar contra los serios problemas asociados a la baja calidad del aceite de oliva que se están proyectando a nivel internacional, ensuciando la imagen de este sector.

Italia ha aprobado recientemente importantes leyes enfocadas a reducir el fraude en el aceite de oliva y aumentar su calidad. Así que creo, francamente, que existen motivos reales para que los estadounidenses, y todos los demás países, se preocupen por la calidad del aceite de oliva. Esto no es proteccionismo, es realismo.

Para que los productores españoles conozcan la realidad en EEUU... ¿Qué grado de conocimiento consideras que tiene el consumidor americano sobre los beneficios y bondades del aceite de oliva virgen extra?

El consumidor estadounidense medio sabe muy poco sobre el aceite de oliva virgen extra, sus beneficios para la salud, su enorme variedad de sabores y aromas y la forma de cocinar con este producto.

La buena noticia es que existe una nueva corriente en torno al aceite de oliva de alta calidad en Estados Unidos. Está creciendo el interés rápidamente y el consumidor estadounidense se está informando y educando acerca de las grandes cualidades de este alimento único.

Educación, educación y más educación es lo único que se necesita para aumentar el consumo de aceite de oliva en Estados Unidos, un país

que concede un gran valor a la salud y a las tradiciones culturales derivadas de los alimentos, dos aspectos que el aceite de oliva virgen extra posee en grandes cantidades.

A pesar de su particular gastronomía, EEUU no destaca precisamente por ser un país con chefs reconocidos mundialmente y poseedores de Estrellas Michelin. ¿Conoce realmente el segmento de los chefs norteamericanos el uso de los AOVES y de los alimentos de la Dieta Mediterránea?

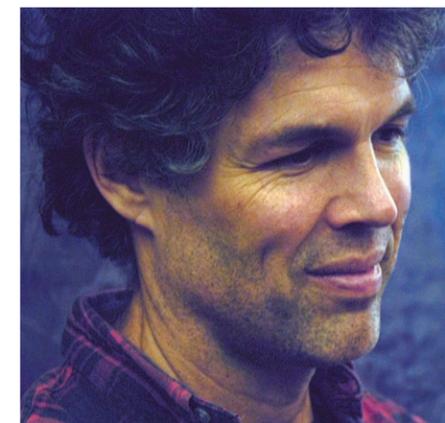
¡No! Y, de hecho, muchos chefs españoles, italianos o griegos que he conocido tampoco parecen entender el aceite de oliva virgen extra.

Dani García, el virtuoso chef de Marbella ganador de numerosas estrellas Michelin, me confesó que había comenzado a entender los matices del AOVE recientemente (¡y que algunos de sus compañeros ni siquiera tenían aceite de oliva en sus cocinas!).

Tom, ¿qué deberían hacer los productores españoles para que sus AOVES triunfen en EEUU?

¡Producir buenos AOVES y no renunciar nunca a la calidad! En mi opinión, los productores deberían también destacar sus orígenes, sus raíces, mostrando cómo el aceite conecta con las tradiciones culinarias del lugar donde nace.

Los estadounidenses están ávidos de historia, cultura y tradiciones,



cuestión Personal

Una afición: Tenis (¡Vamos Rafa!).

Una virtud: Determinación (no detenerme en la primera barrera... ni en la segunda, ni en la tercera...).

Su libro de cabecera: Estoy relejendo El Quijote. ¡Es increíblemente moderno y divertidísimo!

Su plato favorito: Sushi de atún.

Un virgen extra para combinarlo: Un hojiblanco de cosecha muy temprana.

El mejor uso del aceite de oliva: En todo.

Lo que más le gusta de su trabajo: La flexibilidad, los viajes...

Lo que menos: La inseguridad económica.

Su lugar favorito: Roma.

Un deseo para el sector del aceite de oliva: Que los grandes productores se den cuenta de que, como en el vino, pueden hacer más dinero con aceite de alta calidad que con aceite de inferior nivel a granel.

cosas que valoran y añoran, pues las echan en falta en comparación con España, y con Europa en general.

Siempre se ha dicho que España era un productor de cantidad e Italia de calidad. Sin embargo, en los últimos años en España tenemos la firme creencia de que esta situación ha dado un vuelco radical. ¿Cómo percibes tú la realidad actual de ambos países?

Italia ha sido tradicionalmente la patria del aceite de oliva virgen extra de alta calidad, tanto porque los italianos históricamente han estado ligados a él en su dieta, como por la gran riqueza de variedades de aceituna y microclimas que posee el suelo italiano.

Recientemente, sin embargo, a medida que ha crecido el número de marcas que se venden en el extranjero -sobre todo españolas- las empresas y la producción italiana se ha ido fragmentando. Ahora es Italia la que está siendo seriamente cuestionada por otros países en el ámbito de la calidad, especialmente en comparación con España, cuyos productores Premium están elaborando algunos de los mejores AOVEs del mundo, a menudo con el potencial de generar mucho más volumen que Italia.

Si el gobierno italiano no reconoce esta situación y decide proteger o promover el buen hacer de los grandes productores italianos como ha hecho España -que ha comenzado a reconocer sus olivos como tesoros-, Italia perderá su primacía en calidad del aceite de oliva virgen extra, entregándosela a España, del mismo modo que perdió su primacía en cantidad hace más de una década también a favor de España.

Hablando de Italia, los italianos han conseguido po-



EL PERFIL

Tom Mueller es periodista y escritor. BA de la Universidad de Harvard, está también doctorado en Oxford y ha escrito numerosos artículos para The New York Times, New Yorker, National Geographic, etc.

Su libro *Extra Virginity* ha sido traducido al italiano, portugués, alemán, japonés, finlandés, chino y otros idiomas. Sin embargo, todavía no tiene versión en castellano.

“Los estadounidenses están ávidos de historia, por lo que los productores españoles deberían destacar los orígenes de sus AOVEs”

sicionar en el mundo entero su particular “fast food” (pasta, pizza...). En España tenemos un concepto increíble, muy original, autóctono y exportable al mundo entero, que es el de la “Tapa”, ampliamente utilizado por los chefs más relevantes del país y que ha llevado a EEUU el cocinero José Andrés. ¿Lo conoces? ¿Crees que podría ser la punta de lanza para dar a conocer la gastronomía española y sus AOVEs en el mercado americano?

La primera vez que me acostumbré a las tapas fue en Sevilla, donde estu-

dié guitarra clásica con un alumno de Andrés Segovia y, desde entonces, creo que es una de las grandes tradiciones culinarias de todo el mundo.

De hecho, he disfrutado el “tapeo” con José Andrés y su familia, en su casa de Washington DC. La parte esencial de las tapas y de la cocina en general es, obviamente, disponer de ingredientes de alta calidad. En tanto que el foco permanezca en la calidad, creo que es una gran idea utilizar el modelo de tapas para introducir a los estadounidenses el aceite de oliva virgen extra Premium español. Valga como ejemplo el caso de José Andrés, que tiene una línea de AOVEs elaborados por los magníficos productores de los alrededores de Toledo, Casas de Hualdo.

Se están creando una serie de asociaciones (EVA, QvExtra!) centradas en la promoción y la defensa de la calidad de los AOVEs Premium. ¿Qué te parecen estas iniciativas?



¿Crees que este es el futuro de la comercialización de este producto a nivel mundial?

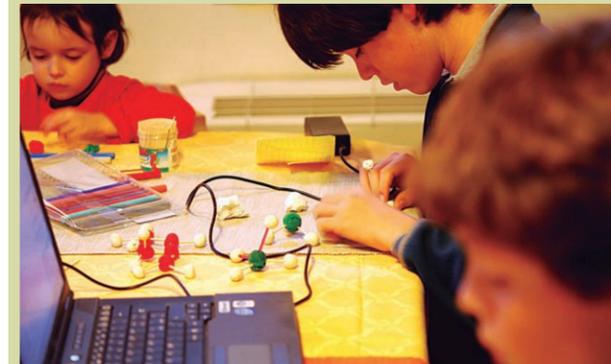
Creo que estas iniciativas pueden ser muy útiles para explicar a los consumidores -y a los propios productores- lo que es un gran aceite de oliva virgen extra. Lo cierto es que “virgen extra” se me antoja como una categoría demasiado amplia, demasiado laxa. Los parámetros químicos actuales son demasiado ambiguos también. He catado aceites de oliva extraídos de aceitunas que habían permanecido en el suelo más de un mes y tenían un 0,5% de acidez de grasas libres, muy por debajo del límite de 0,8%. Por otro lado, en el ámbito sensorial, la ausencia de defec-

“Las nuevas asociaciones del sector jugarán un papel fundamental en la promoción del AOVE mientras no se transformen en entidades políticas a favor de los grandes. Entonces se convertirían en parte del problema, no en la solución”

El escritor inquieto

Tom Mueller comenzó hace años a viajar por los países mediterráneos tras la esencia del olivo. Pero lo que realmente le capturó, y la verdadera razón por la que escribió *Extra Virginity*, fueron las “mujeres y hombres del aceite de oliva”.

Así, mientras trabajaba en su publicación conoció a cientos de agricultores y almazareros que describió como seres cuyas almas estaban ancladas y dedicadas al olivo y a su aceite y que, a pesar de las dificultades y distorsiones del mercado, continuaban cultivando las mejores aceitunas y elaborando el mejor aceite que sabían hacer. Y es que cada fotografía tomada por el camino es una pieza de ese puzzle que luego sólo él sabe componer para crear sus particulares historias del olivo.



Los hijos de Tom haciendo modelos de ácido oleico.



En el Muro de las Lamentaciones, en Jerusalén.



Tom y José Gálvez, gerente de Galgón 99 (OroBailén).

tos es también una mala definición de calidad. Mientras estas organizaciones de las que hablamos realmente se centren en las necesidades de los productores de altísima calidad, creo que pueden jugar un papel importante. Sin embargo, si tratan de convertirse en entidades políticas, codeándose con los grandes -productores de calidad inferior- corren el riesgo de perder de vista la calidad y convertirse en parte del problema, no de la solución.

Hace un par de años publicaste *Extra Virginity*, un sorprendente libro que creó una gran expectación en torno a nuestro sector. ¿Qué es lo que querías transmitir con su publicación?

Simplemente que los grandes AOVEs son un tesoro de la cultura, de la gastronomía y de la salud; que todos nosotros -los hombres del Mediterráneo y las personas de todo el mundo- debemos defenderlos contra la degradación del engaño y el fraude.

El aceite de oliva virgen extra es uno de los mejores y más “sagrados” alimentos del mundo, y las personas que lo hacen son un tesoro nacional e internacional. ¡Todos debemos defender a estos artesanos de la calidad!

¿En qué proyectos te encuentras inmerso actualmente?

Ahora mismo estoy escribiendo mi próximo libro, que trata sobre la política de protección de los denunciantes en casos de fraude gubernamental de alto nivel. 📖