

Manuel Estrada: "Desde fuera, la gastronomía se está convirtiendo en una seña de identidad para España"

La iniciativa cultural Eat Spain Up! aterriza en Washington para promocionar la cocina durante el próximo mes

N.A. **Washington** 27 SEP 2017 - 19:07 CEST

Portada del libro '¿Por qué nada funciona?',
diseñada por Manuel Estrada. ALIANZA EDITORIAL

Este mes será más fácil degustar vinos y tapas españolas en Washington. Con eventos, charlas y exposiciones, la iniciativa *Eat Spain Up!* promocionará la gastronomía ibérica en la capital estadounidense, su cuarto destino tras haber pasado por Estocolmo, Oslo y Nueva York. [Manuel Estrada, reconocido con el Premio Nacional de Diseño 2017](#) y uno de los principales colaboradores, considera el proyecto una apuesta esencial para impulsar una imagen positiva de España en el extranjero.

"Desde fuera, la gastronomía se está convirtiendo en una seña de identidad para España. Deberíamos ver como nicho de oportunidad que (nuestra gastronomía) se esté convirtiendo en un factor cultural, y aprender de otros, como los italianos, que lo han hecho muy bien", dijo Estrada la semana pasada en la apertura de la iniciativa, en referencia al exitoso marketing que hace de su cocina el país europeo en Estados Unidos. El diseñador participa en el evento a través de la exhibición de su trabajo en los salones de la antigua residencia del embajador español en Washington, sede del brazo cultural de la Embajada y lugar donde se acogerán la mayoría de encuentros.

"Mi propio trabajo se ha cruzado con la gastronomía y he entendido que, en realidad, el diseño y la cocina juegan un papel similar: la creatividad", dijo Estrada, cuyos [diseños](#) ocupan las portadas de conocidos libros como *La Colmena*, de Camilo José Cela, o forman los logotipos de importantes empresas de alimentación como "Carmencita", una entidad líder en el mercado de las especias y los condimentos.

El evento, que comenzó el 21 de septiembre y acabará el 29 de octubre, consistirá en numerosas sesiones y debates sobre la influencia de la gastronomía en las raíces culturales

en el evento a través de la exhibición de su trabajo en los salones de la antigua residencia del embajador español en Washington, sede del brazo cultural de la Embajada y lugar donde se acogerán la mayoría de encuentros.

"Mi propio trabajo se ha cruzado con la gastronomía y he entendido que, en realidad, el diseño y la cocina juegan un papel similar: la creatividad", dijo Estrada, cuyos [diseños](#) ocupan las portadas de conocidos libros como *La Colmena*, de Camilo José Cela, o forman los logotipos de importantes empresas de alimentación como "Carmencita", una entidad líder en el mercado de las especias y los condimentos.

El evento, que comenzó el 21 de septiembre y acabará el 29 de octubre, consistirá en numerosas sesiones y debates sobre la influencia de la gastronomía en las raíces culturales de España, así como exposiciones y catas de productos típicos. *Eat Spain Up!* también se ha aliado con prestigiosos restaurantes españoles de la ciudad, como Jaleo del chef español José Andrés, para ofrecer descuentos y menús especiales.

"Es la mejor manera de compartir nuestro país, nuestra geografía y nuestra historia. Queremos incorporar la gastronomía al circuito cultural", explicó Gloria García Rodríguez, fundadora de *Eat Spain Up!*, un proyecto que cuenta con el apoyo del Ministerio de Asuntos Exteriores, gobiernos de comunidades autónomas y diversas entidades privadas.