

RIOJA SE ACATARRA / ESTRELLA GALICIA Y EL VINO / EL GRIFO / DE VINOS POR PAMPLONA

planet **V**ino

REVISTA DE VINOS, BEBIDAS Y PRODUCTOS DE CALIDAD

**Reservas y
grandes reservas**

**Campo
de Borja**

**El camino
del vinatero I**

**Cata a
ciegas**

(only Spain) **6,00 €**
número 107
ABRIL / MAYO 2023





WINEinMODERATION
ELEGIR | COMPARTIR | CUIDAR
EL VINO SÓLO SE DISFRUTA CON MODERACIÓN

LOS TIEMPOS CAMBIAN,
LO AUTÉNTICO PERMANECE

HEREDEROS DEL
MARQUÉS DE RISCAL
Desde 1858

2º
MEJOR VIÑEDO
Y BODEGA
DEL MUNDO

WORLD'S BEST
VINEYARDS 2022



LA LUNA
ANDRÉS PROENSA

Someter por asedio

Las presiones para dirigir contenidos, opiniones y hasta calificaciones están a la orden del día entre los medios y comunicadores independientes. Su intensidad va directamente proporcional al espíritu crítico que muestre el comunicador e inversamente a la firmeza que oponga. Es asunto serio si viene de empresas privadas pero es más grave si procede de entidades públicas. El consejo regulador de la DO Ribera del Duero ha decidido tirar directamente contra la prensa especializada.

A lo largo de la historia, los ejércitos se han encontrado con enclaves fortificados que se oponían a sus avances territoriales. Dos eran los sistemas para derribar esa oposición: la pura fuerza y el sometimiento por asedio; se vence por homicidio directo o por el largo plazo del hambre. Las civilizaciones han evolucionado en sus mecanismos de defensa y ataque y también los de exterminio por asedio, con los métodos nazis de asesinatos masivos como culmen de tan triste refinamiento. Salvando las distancias, el consejo regulador de la DO Ribera del Duero ha optado por someter a los medios especializados por el segundo método, aunque visto el procedimiento mafioso no hay que descartar la vía directa de la Thompson y su cargador de tambor.

Según nos informa nuestra compañera Mónica Muñoz, directora y editora de Mercados del Vino y la Distribución, el ente ribereño le comunicó la decisión de no apoyar de ahora en adelante con su publicidad a los medios especializados. Decisión insólita, que ignoramos si ha sido tomada en el pleno del organismo, si ha sido aprobada por las bodegas y viticultores a los que representa o si es respaldada por las administraciones públicas que le financian (50 por ciento de dinero público en campañas de publicidad, cien por cien en actos promocionales). Después de casi diez años con cero respaldo, nos afecta poco pero es pertinente una explicación.

Es una muestra más del cortijerismo patrio. Aquí se le da un uniforme a cualquier gañán y se cree almirante de la mar oceánica. Cualquier capataz se ve dueño de la tierra, del subsuelo y del aire del cortijo que han puesto bajo su mano y de todo lo que se mueve sobre el terreno, lo sobrevuela o vive por debajo. Y la incalificable iniciativa del ente semipúblico que preside Enrique Pascual es una muestra pero hay numerosos ejemplos.

Sin entrar en vetos y boicoteos de empresas privadas (menudean, pero al fin y al cabo cada uno compra el pan donde le apetece), este cronista ha vivido episodios bastante curiosos. De algunos puede dar testimonio por vivirlos en primera persona, de otros hubo noticia y de la mayoría se han visto sólo los efectos. Pocas iniciativas tan explícitas como la del organismo con sede en Roa (Burgos), que también debería explicar qué medios más dóciles serán beneficiarios de su atención.

Hace unos años, la DOC Rioja desarrolló una campaña publicitaria en medios de distintos sectores, pero no en la prensa vinícola. El presidente de su consejo regulador, a la sazón Ángel Jaime Baró, explicó que la prensa especializada ya miraba a Rioja por su propia iniciativa y que él quería estimular a otros medios para que hablaran de su zona. Consecuencia: prensa deportiva y hasta revistas del corazón publicarían algo exclusivamente para rebañar esos presupuestos y no parecía importar la calidad, originalidad o imparcialidad de lo publicado.

Eso sí, que no falten notas de prensa “con ruego de publicación” y exigencia posterior de remisión del ejemplar donde se publicó (no quieran saber cuántas agencias de comunicación y consejos reguladores pagan los 30 euros de la suscripción anual a PlanetAVino). La DO Ribera del Duero envía con frecuencia, y por duplicado (departamento propio y agencia de comunicación), notas en las que da cuenta de eventos de gran interés para los lectores de esta revista, como la visita de periodistas internacionales, a quienes han agasajado como sin duda merecen, o largas relaciones de los premios y calificaciones obtenidos por los vinos de la zona en el ancho mundo.

En los inicios de esta revista, la DO Cariñena dijo no tener presupuesto de publicidad porque todo el capítulo de promoción se dedicaba a patrocinar La Vuelta. Por las mismas fechas, su responsable de comunicación

reprochó al director de la revista que no publicara sus interesantísimas notas de prensa (del mismo tenor que las citadas); ante la sugerencia de que las enviara a la competición ciclista, me mandó a cardar cebollinos.

No muy lejos, la DO Somontano anuló una publicidad contratada porque habían perdido dinero con la actuación de Joe Cocker en el Festival del Somontano (curioso: centran la campaña para dar a conocer la marca Somontano en una zona donde la conocen sobradamente). Dado que nos costaba dinero la apuesta, pedí un puesto en el comité que decide el programa del festival... de nuevo me puse manos a la obra con los cebollinos. Ahí mismo tuve un episodio aún más chusco: un enfrentamiento con un bodeguero de la zona, socio a la sazón del entonces presidente del consejo regulador, se tradujo en un castigo de varios años sin inversión publicitaria del consejo regulador que presidía.

Se podrían contar más. Se han seleccionado estos casos por ser bastante ilustrativos, sobre todo de la envidia que nos dan otros sectores, como la crítica de cine, en la que un comentario negativo no implica, que se sepa, un castigo en la publicidad. En nuestro territorio, se lleva más un cortijerismo que se parece a una presión mafiosa de poca monta. Tenemos la suerte de contar con el respaldo de bodegas privadas, de algunas entidades públicas y consejos reguladores de zonas menos poderosas para las que la inversión publicitaria supone un mayor esfuerzo. Y la de nuestros suscriptores, que son los que cuentan a la hora de mantener la independencia. El conjunto suple el nulo apoyo, durante casi una década, del consejo regulador de la DO Ribera del Duero, que no va a modificar nuestros criterios con lo que quiere ser un alarde de no se sabe qué y no pasa de una pataleta impropia del organismo que representa a una zona vinícola de primera línea. Sobreviviremos sin ellos. ■



Reflecting sustainability by La Casa de Lúculo



planetAVino
REVISTA DE VINOS, BEBIDAS Y PRODUCTOS DE CALIDAD

VADEVINO EDITORIAL, SL
Avda. del Cardenal Herrera Oria, 299 - bajo B
28035 Madrid
Correo electrónico: planetavino@proensa.com

DIRECTOR
Andrés Proensa
(proensa@proensa.com)

REDACTORES Y COLABORADORES
Pedro Ballesteros, Enrique Calduch,
Pilar Calleja, Amaya Cervera, Carlos Delgado,
M^a Antonia Fernández-Daza, Ramon Francàs i Martorell,
Luis García Torrén, Fernando Gurucharri,
José Hidalgo Togores, Paz Ivison, Fernando Lázaro,
Salvador Manjón, Eduardo Martín Mazas,
M^a Pilar Molestina, Raquel Pardo, Ulises P. Moratalla,
Miguel Ángel Rincón, Mar Romero, Mara Sánchez,
Pepe Seoane, Vanesa Viñolo, Mikel Zeberio

COMITÉ DE CATA
Fernando Gurucharri (director),
María Antonia Fernández-Daza,
María Jesús Hernández,
Andrés Proensa

DIRECTOR DE ARTE Y MAQUETACIÓN
David Montoya (david.mntgr@gmail.com)

FOTOGRAFÍA
Álvaro Fernández Prieto (fotos@alvarofprieto.com)

ILUSTRACIONES
Daniel Pacios Bello (www.facebook.com/Treceilustracion)

SECRETARIA DE REDACCIÓN
María Jesús Hernández
Correo electrónico: mariajesus@proensa.com
Teléfono: 686 620 750

PUBLICIDAD
Araceli Pardo
Avda. del Cardenal Herrera Oria, 299 - bajo B
28035 Madrid
Teléfono: 647 958 451
Correo electrónico: araceli@proensa.com

SUSCRIPCIONES
Avda. del Cardenal Herrera Oria, 299 - bajo B
28035 Madrid
Teléfono: 686 620 750
Correo electrónico: planetavino@proensa.com

IMPRIME
Villena Artes Gráficas

DEPÓSITO LEGAL: M-13525-2005

ISSN: 1699-5163

PlanetaVino no coarta la libertad de juicio ni la opinión de ninguno de sus colaboradores, pero tampoco se identifica necesariamente con los criterios de sus artículos. La revista no mantendrá correspondencia privada ni se hará responsable de fotos, dibujos, gráficos u originales no solicitados. Prohibida la reproducción total o parcial de textos, fotografías e ilustraciones en cualquier medio sin la autorización de Vadevino Editorial, SL.

VadeVino Editorial es una empresa dedicada de forma preferente a la edición de publicaciones. Cualquier otra actividad será puntualmente reflejada en las publicaciones o en la página web www.proensa.com. Ni la editorial ni sus responsables están relacionados con otras empresas que realicen esas actividades, aunque en algún caso haya similitud e incluso coincidencia de nombres.



www.luculo.es

SUMARIO

24 CATA A CIEGAS

Anonimato total o parcial, incluida la copa negra para que el aspecto no influya en el catador. La cata más aséptica, la cata a ciegas, busca evitar prejuicios, odios y amores. Se diría que valora la calidad del vino y el juicio del catador.

34 RESERVA Y GRAN RESERVA

Dos tipologías que encierran todo un mensaje. Reflejan los plazos de crianza que marca la norma pero transmiten conceptos de calidad que van más allá de los números. Repudiadas por muchos, son un sólido argumento comercial.

42 CAMPO DE BORJA

Las laderas del Moncayo guardan una auténtica mina enológica: terrazas pobladas por viejas viñas de Garnacha. Han sobrevivido al duro clima y a las sucesivas crisis y aún están por descubrir en todo su esplendor.

50 Saber Más DESARROLLO DE UN PROYECTO VINÍCOLA

Primera entrega de un amplio estudio sobre todo lo que hay que saber para poner en marcha, desde cero, una bodega. Desde la viña hasta la puesta en el mercado de los primeros vinos, la elaboración, las etiquetas...

3 LA LUNA DE ANDRÉS PROENSA

6 NOTICIAS

Crónica: Rioja se acatarra

11 EL CATALEIO, DE PEDRO BALLESTEROS

12 SE VEÍA VENIR, DE SALVADOR MANIÓN

14 ESTRENOS

16 VINOS Y BODEGAS

32 MENSAJE EN UNA BOTELLA, DE MARÍA PILAR MOLESTINA

56 DE VINOS POR...

59 PISTAS

60 BARRA LIBRE

63 MOMENTO DE PAZ, DE PAZ IVISON

64 LA CATA BIODINÁMICA

65 LA OTRA CARA, DE DANI PACIOS

66 LA PENÚLTIMA, DE CARLOS DELGADO



Sobran 115 millones de litros de vino RIOJA SE ACATARRA

CUANDO RIOJA ESTORNUDA, EL VINO ESPAÑOL SE ECHA A TEMBLAR. EL AXIOMA VA A MISA, SEGÚN PARECE. Y RIOJA VIVE MOMENTOS DE CRISIS. SOBРАН 115 MILLONES DE LITROS DE VINO, CASI UN TERCIO DE LA COSECHA MEDIA EN LOS ÚLTIMOS CINCO AÑOS, Y SE PIDEN MEDIDAS PARA SOLVENTAR EL PROBLEMA. LO QUE SE TRADUCE EN LA SOLUCIÓN RECURRENTE: PEDIR DINEROS PÚBLICOS PARA VENDIMIA EN VERDE, PARA DESTILACIÓN Y/O DESCALIFICACIÓN DE VINOS E INCLUSO PARA ARRANCAR VIÑAS.

Los resúmenes estadísticos de comercialización que cada año emite el consejo regulador de la DOC Rioja coinciden año tras año en destacar los factores positivos y disimular los datos menos favorables. El de este año, correspondiente a las cifras de la campaña anterior, es un alarde: esgrime en el titular que “Rioja reforzó su posición de mercado en España y creció en países clave en 2022”. Mientras tanto, en la zona cunde la alarma por los millones de litros sin vender que se acumulan en las bodegas desde el frenazo de la pandemia o incluso algo antes.

El titular es parcialmente cierto. Creció en ventas en España, pero en un porcentaje del 0,16 por ciento que puede ser considerado un empate técnico, sobre todo porque viene de una serie histórica de pérdida en las ventas entre 2017 y 2020. En ese periodo las ventas sufrieron una merma del 1,55, 5,12, 3,18 y 18,46 por ciento; en 2020 el mercado doméstico quedó en cifras de finales de los noventa, cuando había en Rioja 14.000 hectáreas menos de viñedo. Las cifras mejoraron en 2021, ejercicio en el que se recuperó un 13,58 por ciento, insuficiente para compensar las pérdidas del periodo anterior. Ciertamente, es algo que, dadas las circunstancias económicas del país, puede ser considerado un éxito pero tampoco es para celebrarlo con una *masclatá*.

La segunda parte es más truculenta porque deja fuera de la consideración de “países clave” a mercados de la importancia del Reino Unido, el primer cliente del vino de Rioja y se ha visto afectado negativamente por el *brex*

hasta perder algo más del 11 por ciento de sus ventas. Y no es el primer año de retroceso. También bajan las exportaciones a Irlanda y Canadá, sexto y séptimo respectivamente en la lista de compradores de vino rioja, y en otros mercados menores, como Rusia, China y Noruega.

Los “países clave” en crecimiento son Bélgica, décimo en el top 10 de compradores, y México, que crecen un 27 y un 26 por ciento, respectivamente, y los otros que completan la lista de los diez mejores clientes: Suiza, Suecia, Países Bajos, Alemania y Estados Unidos, todos ellos en el entorno del 7 por ciento de crecimiento o menos.

DEFASE MILLONARIO

Esas mejoras estratégicas, en el liderazgo del mercado doméstico y en los “países clave” (siete de los diez primeros compradores), consuelan pero



no evitan el dolor de los números globales. En 2017, la gran helada primaveral dio lugar a una de las cosechas más cortas de los últimos años, con algo más de 250 millones de litros de vino calificado. Coincidió con la marca histórica de ventas, que superó los 284 millones de litros. El desfase llevó a incrementar los rendimientos en la viña. Se autorizó una producción del 110 por ciento de la establecida, que es de 6.500 kilos de uva por hectárea en las variedades tintas y 9.000 en las blancas.

El consejo regulador autorizó en los años siguientes una producción de uva superior a los límites establecidos en su reglamento: se marcó un 118 por ciento en 2018, un 110 en 2019, se bajó al 95 por ciento en 2020 y se recuperó el valor 100 en 2021. En 2022 se quedó en el 95 por ciento en las variedades tintas pero se mantuvo el 100 en las blancas, que en los últimos años son escasas. Pero ese 2017 fue el último año que se vendió más de lo que se produjo. A partir de 2018 siempre se produjo bastante más de lo que se vendió. Faltan los números finales de producción de la cosecha '22, que al cierre de estas líneas está todavía en fase de calificación. Y los datos no mienten: en los cinco años que





van de 2017 a 2021, ambos incluidos, Rioja produjo 1.407.493.988 litros de vino (media de 281,5 millones de litros al año) y vendió 1.292.118.427 litros (258.4 millones de litros por término medio). En esos cinco años, que para no jugar con ventaja incluyen el desfase en sentido contrario de 2017, se han quedado sin vender algo más de 115 millones de litros de vino. Y, claro, las alarmas echan fuego.

LA BOCA DEL FRAILE

Y las alarmas se traducen enseguida en petición de ayudas. También en este sector las organizaciones, patronales y organizaciones agrarias, se declaran entregadas al liberalismo económico y exigen rebajas de impuestos, cotizaciones y tasas. Sin embargo, cuando llegan las primeras curvas, piden dineros públicos. Ahora pintan bastos para el viticultor; sobra vino y baja el precio de la uva y del vino. “Es el mercado, amigo”, parecen decir las bodegas al devolver a los productores el apuro que pasan ellas cuando la uva escasea. En esta ocasión es más serio, porque venden la uva a precio más bajo pero han subido los costes de producción, la

Las alarmas se traducen enseguida en petición de ayudas. Las organizaciones, patronales y organizaciones agrarias, se declaran entregadas al liberalismo económico. Sin embargo, cuando llegan las primeras curvas, piden dineros públicos.

energía, los tratamientos fitosanitarios y la mano de obra, que escasea y aprieta. Las bodegas también han sufrido esas subidas y el conjunto tiembla porque el consumo encoje y no se pueden repercutir en los vinos esas subidas de precios.

La solución es el dicho clásico: “parece que te ha hecho la boca un fraile”, en relación a la solicitud incansable de aportaciones cristianas que suelen esgrimir los tonsurados. Y aquí todos piden. A la autonomía, al estado, a la Unión Europea y a todo el que se ponga

a tiro. Las soluciones que se barajan para reducir ese vino sobrante cuestan muchos euros y todos piden que las administraciones abran el bolsillo, algo que no ocurría en Rioja desde hace más de treinta años.

La asociación Bodegas Familiares de Rioja salió enseguida a solicitar ayudas para la destilación, algo que el Ministerio de

Agricultura no contempla. Sus colegas del Grupo Rioja se han mostrado partidarios de sacar el vino sobrante de la DOC Rioja y llevarlo a vinos comunes, ya que en la zona no existe la alternativa de los vinos de la tierra.



El problema es que el precio del vino en ese canal se reduce a menos de un tercio, del entorno del euro por litro en el mercado interno de vino sin crianza a granel con denominación de origen a una cotización de entre 0,30 y 0,35 del vino sin indicación geográfica. Para afrontarlo, se pide ayuda oficial. Otra alternativa es reducir la producción en la viña. Los máximos autorizados son de 6.500 kilos por hectárea en la uva tinta y 9.000 en la blanca y la normativa de la DOC Rioja permite subir o bajar ese límite en función de las

circunstancias. Como se ha expuesto más arriba, sólo en las cosechas '20 y '22 se rebajó la cifra. Esa medida se puede acompañar de la reducción en el rendimiento uva-mosto, que es del 70 por ciento (70 litros de vino por cada kilo de uva) y podría reducirse al 65 o incluso menos. La opción gusta poco y, si se adopta, debería ir acompañada de las ayudas de rigor, según los operadores.

ARRANQUE, DESTILACIÓN, RECONVERSIÓN

Menos aún gusta la vía radical de arrancar viñedo, como se ha planteado en Burdeos (115.000 hectáreas de viñedo), donde se habla de reducir en un diez por ciento la superficie de viña. El Gobierno francés sí que ha abierto la financiación para destilar: 160 millones de euros, por ahora. Y arrancar cuesta dinero; otro motivo para que el fraile abra su boca, aunque se sustituya el viñedo por pistachos, que parece que son la estrella en rentabilidad agrícola. En Burdeos, como en Rioja, acusan además la mudanza en las preferencias de los mercados, que emigran del vino tinto al blanco. En los últimos años falta uva blanca en Rioja y el reinjerto con variedades blancas es una alternativa. Se podría integrar en las ayudas existentes, hasta 2025,



a la reconversión y reestructuración de viñedo, aunque esas subvenciones están dirigidas a la mejora de la calidad y de la sostenibilidad de los viñedos y tiene límites de superficie, si bien la horquilla es amplia: mínimo de 0,3 y máximo de 25 hectáreas por viticultor.

Todo eso se mueve con el mismo combustible: dinero público; en este caso afloja la consejería autonómica.

También se requiere ayuda oficial para la alternativa que parece tener más peso, que es la cosecha en verde. Consecuencias positivas si se trata de un *aclareo* o eliminación de parte de la producción de uva,

que tiene influencia en una mayor calidad del fruto. Sin embargo, se habla de destruir toda la producción de parcelas enteras, mediante aplicación de recursos químicos en etapas concretas del ciclo de la vid, para lo que habría una ayuda de 0,33 euros por kilo eliminado, lo que los campesinos consideran ruinoso.

En la batería de opciones para reducir el vino sobrante cabe incluir la oración. Los creyentes rezan para que se produzca una helada tardía, como la de abril de 2017 o aún más bestia, que reduzca drásticamente la producción. El problema se trasladaría a las

compañías de seguros (que, por cierto, también están subvencionados). Todos los términos que se barajan, como destilación, arranque, reconversión, reestructuración, ayudas y subvenciones, hacen pensar en tiempos pasados, cuando el concepto *excedentes agrarios* espantaba en Bruselas.

Lo que no se han expuesto ha sido iniciativas para abrir nuevos mercados, ampliar los existentes y, en definitiva, aumentar las ventas de vino. Eso está también subvencionado; hay ayudas de la Unión Europea pero al parecer se aprovechan en una proporción muy escasa sobre lo presupuestado porque no se presentan proyectos de promoción.

Lo que no se han expuesto ha sido iniciativas para abrir nuevos mercados, ampliar los existentes y, en definitiva, aumentar las ventas de vino. Eso está también subvencionado; hay ayudas de la Unión Europea.

RIOJA SE ACTIVA

El consejo regulador de la DOC Rioja analizó las alternativas y se apunta a casi todas, en algún caso con iniciativas concretas, en otros con buenos deseos. Y se incluye el imprescindible trabajo de promoción para subir ventas. En el pleno celebrado el 13 de marzo aprobó un plan bienal (en su comunicado se dice que es “bianual”, pero suponemos que no son dos planes al año) para reducir el vino sobrante que incluye medidas como reducir la producción de uva al

como rioja, lo que no gusta a la Asociación de Bodegas de Rioja Alavesa, que considera que eso “generaría un problema aún más grande del actual, bajando el valor de nuestro producto, desposicionándolo y cerrándose el círculo con la pérdida de valor de la materia prima, la uva”. En cuanto a los rendimientos uva/mosto, el acuerdo plenario establece un límite del 69 por ciento (69 litros de mosto por cada kilo

Se decidió instar a las comunidades autónomas interesadas, La Rioja, Navarra y País Vasco, a implementar ayudas para la vendimia en verde, para la destilación, para la que solicitan una ayuda de 80 céntimos por litro, y “subsidiariamente” para la descalificación de vinos, con una aportación de al menos 60 céntimos por litro. No se ha previsto el arranque de viñedo.

Por vez primera, en contraste con lo manifestado por organizaciones agrarias y patronales bodegueras, en el pleno del órgano rector se ha hablado de aumentar el mercado del rioja. O al menos de corregir el descenso experimentado en los últimos ejercicios. Se pretende incidir en la promoción de los segmentos altos del vino de Rioja, que son la locomotora de imagen de la zona, y se prepara una campaña de promoción, con misiones comerciales en mercados internacionales y con el lanzamiento de una ambiciosa campaña de publicidad, cuya presentación se anuncia para este mes de abril de 2023.

El plan tiene prevista una duración de dos años y tendrá un seguimiento que, en función de sus resultados, podría dar lugar a una prórroga de un año adicional. En cuanto a las buenas palabras, se anuncia la puesta en marcha de trabajos para analizar factores futuribles, como la sostenibilidad, los gustos del consumidor o el potencial de la región como destino enoturístico.

Las organizaciones agrarias no han perdido un minuto en aplaudir el plan previsto, a pesar de que, junto con la Asociación de Bodegas Familiares de Rioja defendían una reducción de rendimientos hasta el máximo admitido del 66 por ciento (en lugar del 70). Según el consejo regulador, el plan ha obtenido el respaldo del 90 por ciento de las asociaciones representadas en la entidad rectora.



90 por ciento del tope previsto para uvas tintas, mientras que las blancas permanecen igual por la demanda de la que goza ese capítulo. Además, se limita al cuatro por ciento la entrada de uva para vino de mesa para desviar hacia ese capítulo parte de los excedentes; en años anteriores era el cinco por ciento. Esta medida se ha encontrado con la oposición de UAGR-COAG, que calcula que supondría la entrada en las bodegas de 15 millones de kilos de uva destinada a vino de mesa. Esa organización agraria prefiere que esa producción de vino de mesa parta de uva propia descalificada

de uva), un 70 en el caso de la elaboración de vino blanco, lo que parece muy poco dado que el máximo reglamentario es el 70 por ciento. Además, no se autorizarán nuevas plantaciones de viñedo y se pretende incentivar iniciativas como el reinjerto con variedades blancas o tintas minoritarias, que tienen mayor demanda que la Tempranillo dominante. Por último, con la aplicación del nuevo sistema de calificación de vinos, que entra en vigor en la próxima cosecha, se incrementará el rigor cualitativo a la hora de descalificar vinos. Esas son las medidas propias.



Compra Bodegas La Val

CVNE llega a Rías Baixas

Si como dicen los taurinos “no hay quinto malo”, la centenaria CVNE está de fiesta. Rías Baixas es la quinta denominación de origen de tronío en la que está presente la centenaria firma de Haro tras la compra de uno de los nombres destacados de la zona, Bodegas La Val. Como es habitual en el sector del vino, no trascienden los números de la operación, que implica la totalidad de las acciones e incluye el viñedo de La Val y otras fincas que ha comprado CVNE hasta sumar en torno a 90 hectáreas de viñedo propio.

CVNE, que cuenta con tres bodegas en la DOC Rioja (Viñedos del Contino, Bodegas Viña Real y la propia CVNE), además de marcas como Bodega Imperial y Bodegas Monopole, inició su expansión en 2014, con la compra de la mitad de las acciones de Contino, fundada en 1973 con la familia Villota. En 2017 incorporó Virgen de Galir, en la DO Valdeorras, y Roger Goulart, bodega centenaria de la DO Cava. En 2019 llegó a la DO Ribera del Duero, con la compra de Anta Bodegas, en la que participaba el actor Antonio Banderas, rebautizada como Bodegas Bela.

Bodegas La Val es una de las destacadas de lo que puede ser considerada la segunda generación de la DO Rías Baixas. Fue fundada por el empresario de hostelería José Limeres, que en 1989 compró en San Miguel de Tabagón (subzona O Rosal) la finca La Val, de tres hectáreas, en la que iniciaba un proyecto junto con Santiago Ruiz (hoy integrado en el grupo Lan, propiedad de la portuguesa Sogrape). A partir de ahí se amplió el viñedo y se montó la bodega, instalada en un antiguo complejo hostelero, en la subzona Condado do Tea. En 2010 se vendió a un grupo de inversores entre los que estaba la familia Bandeira, de antigua tradición vinícola en Galicia, al frente del cual estaba Fernando Bandeira, que era el gerente de Bodegas La Val. Habrá continuidad en esta nueva etapa porque la propiedad mantiene a los directivos de la bodega. Sigue Fernando Bandeira, que además es vocal desde hace años en el consejo regulador de la DO Rías Baixas, y se mantiene el equipo comercial y el enológico, dirigido por José María Ureta. Bodegas La Val ha desarrollado prácticamente todas las opciones de los vinos de Rías Baixas, incluidos vinos plurivarietales, vino de finca única, algún tinto y un singular albariño sobre lías, con larga permanencia en depósito en presencia de las lías, renovadas en cada cosecha.

BURDEOS ARRANCA Y QUEMA

No arrancan los mercados y han decidido reducir la masa de viñedo. La crisis es general y en Burdeos, además, se suma el parón de la economía en China. No sufren en exceso las grandes casas bordelesas pero sí las gamas más populares que son las que consumen la parte del león del producto de las 115.000 hectáreas de viñedo de la región. Hasta ahora porque las entidades que mandan en Burdeos han decidido arrancar 9.500 hectáreas de viña. Y, mientras en nuestros lares no se quiere oír hablar de arranque, en Burdeos se anuncia como una primera fase en una reducción que podría llegar a las 35.000 hectáreas. Otra diferencia es la diligencia con la que se han habilitado ayudas a ese arranque, que se cifran en 6.000 euros por hectárea, que saldrán de los presupuestos gubernamentales (por ahora 38 millones) y la Interprofesional del Vino de Burdeos (otros 19). A las organizaciones agrarias, claro, les parece poco; pedían 10.000 euros por hectárea en unos planteamientos de crisis que datan de 2022. En Francia, además, hay un presupuesto de 160 millones para destilación de crisis, lo que solo en Burdeos supondría la quema de unos 40 millones de litros de vino. Todo ello después de la cosecha '23. También en Francia miran al cielo y rezan por una buena helada de primavera.

FONTANA Y PALACIO DE BORNOS, LAS PRIMERAS

La conquense Fontana Bodegas & Viñedos (DO Uclés) y Palacio de Bornos (DO Rueda) han sido las primeras en obtener el certificado *Sustainable Wineries for Climate Protection* (Bodegas Sostenibles para la Protección del Clima, SWCP) según los nuevos criterios de sostenibilidad adoptados para ese sello distintivo. La bodega que preside Jesús Cantarero, que ya estaba certificada desde 2016 en los aspectos medioambientales, superó la evaluación apenas un mes después de que entraran en vigor las nuevas exigencias, en enero pasado. Un mes más tarde hacía lo propio Palacio de Bornos, bodega integrada en el grupo que encabeza Bodega de Sarría. En España hay 60 bodegas con el certificado SWCP. Todas deberán superar la nueva evaluación antes del 31 de diciembre de 2023 para mantener el sello desarrollado por la Federación Española del Vino (FEV).

ESTUPOR EN REQUENA

Estupor, sorpresa e indignación es lo que ha sembrado entre los productores de cava de Requena la decisión del consejo regulador de la DO Cava de recurrir la sentencia del Tribunal Superior de Justicia de Madrid que avalaba la referencia a la ciudad valenciana en las etiquetas de sus cavas. La Asociación de Elaboradores de Cava de Requena ha hecho pública su “sorpresa e indignación” ante una decisión tomada por mayoría, que considera que “va directamente contra los intereses de una parte importante de sus propios asociados, algo inédito en este tipo de organismos reguladores”. El colectivo de bodegas requenenses recuerda que ya se elaboraba cava en el municipio en 1982, cuatro años antes de la creación de la DO Cava, “que ya en aquel momento intentó sin éxito dejar fuera de sus territorios al término municipal de Requena”, un olvido sonado que llegó a los tribunales hasta que se obligó a incluir en la DO Cava los municipios de Requena y Almendralejo (Badajoz). Los cavistas requenenses instan al consejo regulador a “que se abstenga de seguir negando lo evidente y acate una sentencia que literalmente concluye que ‘en el contexto de la modificación del pliego de condiciones generales de la DOP Cava de que se trata, y, más en concreto, en el de la innovación relativa a las unidades geográficas menores, el reconocimiento, dentro de aquellas, de ‘Requena’, para designar dicha zona de producción de cava, es la única opción aceptable en Derecho”. En 2022 los cavistas de Requena comercializaron 13,3 millones de botellas de cava; no hay todavía datos globales de la DO Cava de ese año pero la cifra, que es récord en Requena, supone algo más del cinco por ciento del total de la DO Cava en 2021.



EL CATALEJO
PEDRO BALLESTEROS MW

Una denominación de verdad

En un principio, las denominaciones de origen se inventaron para proteger del plagio los vinos cuyo origen justificaba una tipología distinguida y bien diferenciada. Rivadavia, Chianti, Chablis y Margaux se correspondían con tipos claramente definidos de vino, y no con cualquiera producido en sus territorios.

Los había también con expresiones diversas, como Jerez, Porto o Champagne, pero con un concepto vinícola común y bien definido. Vinos cuyo estilo se asimilan a su origen.

Como el tema fue bien, los que en el vino mandan y reparten dinero público separaron el mercado de los vinos con origen del de los demás, y pasaron el mensaje que cuanta más denominación más calidad, porque sí. Las cosas se complicaron.

A alguno de los que tenían origen y prestigio, como Rioja, se le ocurrió que lo de la tipología era una limitación, y decidieron que un rioja podía ser blanco, tinto, rosado, espumoso, con crianza o sin ella, de mezcla o de viñedo... Bueno, terminaron en la diversidad que bebemos ahora, pasión para muchos, lío para otros. Pero con prestigio.

Otros, como los italianos, fueron a un sistema de infinidad de denominaciones que comparten un territorio pero tienen un estilo marcado: fiano di Avellino, greco di Tufo, Taurasi, o, en el Norte, Barolo, Nebbiolo d'Alba, Roero Arneis, Barbera d'Alba, etc. Una denominación, un tipo de vino y, a menudo, una variedad. Tan válido como Rioja. Bien.

El problema vino con los que poco o ningún prestigio tenían. Para sus inventores, era claro que grandes vinos no iban a hacer de un día para otro, pero crear una DO como las famosas sí que era factible. Para tenerla basta rellenar un formulario que da risa, y tener apoyo político, que todavía no se ha

rechazado en Bruselas una denominación por absurda que sea. Basta con que lean, mejor en un día gris, las definiciones de 20 denominaciones de origen españolas, elegidas al azar, para que vean el ejercicio de corta y pega en que consiste definir las.

Nada más lógico, sabiendo que nadie te va a parar, que inventar distopías sensoriales como Catalunya, Islas Canarias, Ribera del Guadiana, Vinos de Madrid, La Mancha y tantas otras. Vinos que

Pues es lo que toca, me digo, pero de vez en cuando me entra la melancolía admirativa por esos vinos que, en el conjunto de una denominación, cantan con orgullo y precisión su origen único y distinguido, se gradúan en calidades pero mantienen un aire de familia, y te dan la garantía y el incentivo para que pruebes un vino nuevo de esa denominación. Vinos que me hacen creer de nuevo en la grandeza del origen como estilo y gradación.



Hoy he catado, de nuevo, muchos pomerol del '20, una de esas añadas que calla la boca a cualquier anti-bordelés de esos tan a la moda, un prodigio de esa uva bella y traidora, la Merlot, en su tierra de privilegio. Todos son pomerol, todos comparten aromas de negro y azul, tanino abundante y meloso, la acidez que marca sus dientes sin clavar, el final pausado del que no tiene miedo al tiempo. Con un poquito de práctica, a todos se les identifica a ciegas, uno sabe lo que va a beber.

No quiero dar nombres aquí, que para puntos ya tenemos a mi querido Proensa, pero sí afirmar mi admiración por el sistema francés, que supo definir muchas (que no todas) de sus denominaciones y mantener un nivel de credibilidad y respeto por el vino que ya quisiéramos.

Y mi ensoñación de que algún día sepamos crear lo que más conviene, denominaciones, indicaciones geográficas, sellos de calidad... sin pisar los callos del vecino ni querer tapar nuestras calvas con bisoñés baratos. ■



SE VEÍA VENIR
SALVADOR MANJÓN

La trastienda de la exportación

En las últimas semanas, hemos tenido ocasión de leer y escuchar en los diferentes medios de comunicación que las exportaciones vitivinícolas españolas alcanzaban su récord histórico. Que tan solo veinte millones de euros nos impedían alcanzar la mítica cifra de los tres mil millones de euros de facturación.

Una excelente noticia que se veía justificada por los graves efectos económicos que, a nivel mundial, estaban provocando acontecimientos tan graves y, al mismo tiempo, tan extraordinarios, como pudieran ser la crisis de suministros y logística provocados por la pandemia mundial del Covid-19, el encarecimiento desproporcionado de las energías y combustibles, la invasión de Ucrania por Rusia o las tasas de inflación descontrolada.

Cuestiones todas ellas completamente exógenas al mismo sector vitivinícola pero que, sin embargo, han provocado una profunda mella en su tejido productivo. Llegan a poner en peligro la propia supervivencia de muchos viticultores y bodegueros que, ante la imposibilidad de asumir incrementos que sus reducidísimos márgenes son incapaces de absorber, se plantean el abandono definitivo de la actividad o, lo que es objeto de otro análisis, ceder sus terrenos a parques fotovoltaicos que les aseguran una rentabilidad anual por encima de la que obtienen con su actividad. Además, sin ningún peligro de perder la cosecha o tener que estar preocupándose por a quién le vendo la uva este año y el precio al que va a querer pagármela.

Parece que habernos pasado media vida suspirando y anhelando un aumento de precios para nuestros productos vitivinícolas, con los que hacer posible mejorar la paupérrima imagen que soportan nuestros elaborados en un importantísimo volumen de las exportaciones, se había convertido en una especie de maldición.

Es posible que el problema del valor añadido de nuestros productos siga impidiendo romper esa maldición. El caso es que, cuando subimos nuestra facturación, es, siempre, a costa de bajar el volumen. Baste remontarnos a lo sucedido en el año

2018, récord hasta ahora de facturación con 2.925 millones de euros y en el que vendimos la cantidad más baja, 1.994 millones de litros, cien millones menos de los 2.090 de este último año.

Mucha responsabilidad de lo que nos sucede puede que la encontremos en el destino de nuestras ventas, que resisten, a duras penas, la menor de las comparaciones. Por volumen los cinco primeros países: Francia (20,9%), Alemania (16,0%), Portugal (9,2%), Italia (8,0%) y Reino Unido (6,0%) concentran el 60% de todo el vino vendido. Mientras que sobre la facturación apenas alcanzan el 36,4%: Alemania (11,3%), Reino Unido (9,2%), Francia (9,0%), Portugal (3,8%) e Italia (3,1%).

Japón, Suecia, Rusia, México, Suiza son los únicos cinco países que consiguen aumentar en volumen y valor con respecto al año anterior. Son destacables los desplomes de mercados como el chino, en el que tantas esperanzas se habían puesto con la apertura al mundo del vino y en el que nuestras bodegas han vendido un 32,9% menos de volumen y un 21,1% del valor. Solo superado por Italia que se deja el 49,6% y 34,1% del valor y volumen respectivamente.

Claro que, si verdaderamente deseamos entender lo que sucede, habría que prestarle atención no solo a quién le vendemos, sino qué le vendemos.

Así, de los productos vitivinícolas el vino concentra el 76,15% del volumen y el 87,07% de la facturación, mientras que el mosto, del que somos el primer productor mundial junto con Argentina, supone el 18,96% y 8,86% respectivamente.

De las siete categorías en la que podemos clasificar los vinos, los que no tienen indicación geográfica, los comúnmente conocidos como vinos de mesa, suponen nada menos que la mitad de nuestras ventas (47,19%), seguidos de los varieta-

les (20,89%) y los de denominación de origen, que solo alcanzan el 14,2%. Eso sí, prácticamente la totalidad de ellos (80,1%) viajan envasados y con una clara tendencia creciente, ya que la mayoría de consejos reguladores están modificando sus reglamentos a fin de prohibir la comercialización de un litro de vino que no haya sido envasado en origen a fin de poder controlar mejor su trazabilidad hasta llegar al consumidor.

Lo que no sucede con los de mesa que más del ochenta por ciento son comercializados a granel para que, en una parte muy importante sea utilizado como una *commodity* por aquellos países productores como Francia, Italia, Portugal, incluso Alemania, para ser envasados en destino como producto procedente de la Unión Europea y comercializado en las franjas más bajas de precio.

Pueden ser estos dos asuntos, el mix del producto y los compradores, donde reside el verdadero peligro de nuestras exportaciones. Ser el primer país del mundo en volumen de exportación estaría muy bien si detrás de ello hubiese valor. Pero que un tercio de los vinos que vendemos tenga un precio medio de 0,45 €/litro puede hacernos tener una idea bastante aproximada sobre el futuro que representa para la supervivencia de nuestras bodegas y viticultores.

Podemos flagelarnos y exigir leyes de la Cadena de Valor que impidan la venta a pérdidas, e incluso exigir la realización de estudios que determinen cuáles son los costes de producción de un viticultor para que marque el mínimo sobre el que fijar el precio de adquisición por parte de la bodega. Pero todo eso no serán más que quimeras mientras no consigamos vender al precio suficiente con el que hacer posible esa creación de la *cadena de valor del sector vitivinícola*. ■

Renovación en Galicia

Uno de cinco

Las elecciones para renovar los consejos reguladores de Galicia han dejado cambios en la presidencia de cuatro de los cinco organismos rectores del vino. Ribeiro es el único que mantiene a su cabeza visible, Juan Casares, un funcionario que compatibiliza el puesto con el de director de la Estación de Viticultura e Enología de Galicia, en Leiro.

En Rías Baixas, la presidencia la ocupa ahora Isidoro Serantes, de la bodega Bouza do Rei, una de las que pusieron en marcha la denominación de origen. Sustituye a Juan Gil de Araújo.

También del sector empresarial es el nuevo presidente de Valdeorras, José Ramón Rodríguez Castellanos, de la bodega Joaquín Rebolledo, donde desarrolla labores de dirección sin renunciar a su papel como profesor en un instituto de Ourense.

En Monterrei, el también docente y catador Jonatás Gago García fue elegido presidente para ocupar el puesto que dejó Lara da Silva, quien, una vez conocidos los resultados de las elecciones y las escasas posibilidades de repetir, fue proclamada candidata del PP a la alcaldía de Verín. Finalmente, en Ribeira Sacra, se consumó la salida de José Manuel Rodríguez, que se jubiló en un puesto que no había soltado desde 1991. En esta denominación ni se constituyeron las mesas electorales, tras un amplio acuerdo en el sector, que se planteó con el único objetivo de desalojar al presidente, sin dejarle margen de maniobra y sin que tampoco la administración mostrase en esta ocasión interés alguno en su continuidad. A Rodríguez lo sustituye el cosechero Antonio Lombardía Crespo. PS

LADRONES, AL TALEGO

Cuatro años y seis meses de prisión y 753.454 euros de indemnización. Es la condena dictada por la Audiencia provincial de Cáceres a los autores del robo perpetrado en el restaurante Atrio en octubre de 2021. Los condenados son el rumano-holandés Constantín Dimitru, de 49 años de edad, y la mexicana Priscila Lara Guevara, de 28, que fue *miss Estado de México* en 2016. Fueron detenidos en julio en la frontera entre Montenegro y Croacia y entregados a la justicia española. La sentencia los declara culpables del robo de 45 botellas de vino, con un valor de 1,6 millones de euros, entre ellas el famoso botellón de Château d'Yquem de 1806. El vino sustraído no ha sido recuperado.

CATA POR PAREIAS

Los 30.000 euros del 15º Premio Vila Viniteca de Cata por Parejas, celebrado en Madrid en marzo, ha sido para dos enólogos, Nacho Martínez (Decántalo) y Eloy Cedo. Se impusieron a dos bodegueros, Carlos Cerdán y Paco Sentís, que se conformaron con 7.000 euros de premio, y a una pareja internacional, formada por la canadiense Qian Janice y el esloveno Domen Presern, consolados con 3.000 euros, que no es mal consuelo. Casi 300 botellas de vino de 67 bodegas han sido necesarias en el desarrollo de unas pruebas a las que asistieron un millar de espectadores.

NOMBRES

Cristina Torres, hija de Marimar Torres y quinta generación de la familia, ha asumido la dirección general de Marimar Estate Vineyards & Winery, después de ejercer como directora de ventas y marketing de la bodega californiana. Carlos Moro González, presidente del grupo Matarromera, ha sido nombrado presidente de la Plataforma Tecnológica del Vino; toma el relevo de Mireia Torres, directora de innovación de Familia Torres.

VIÑAS FAMILIA
1916
GIL
FAMILY ESTATES

Somos Tierra

Creemos que en la vida,
como en el vino, el camino
más largo es el que da
mejores frutos.

Juan Gil

EL NIDO

CANÓBLAU

TRIDENTE

ATAIAYVA

ateca

hSHAYA

LAGAR D
CONDESA

MORCA

ROSARIO
VERA

LLICORELLA
VINOS

TRES FINOS FINITOS



Fino de Palomino Fino Fino de Pedro Ximénez Fino de Moscatel

FINOS. GONZÁLEZ BYASS.

ZONA: DO JEREZ-XÉRÈS-SHERRY

VARIETADES: PALOMINO, PEDRO XIMÉNEZ Y MOSCATEL

CRIANZA: SISTEMA DE CRIADERAS Y SOLERA

EVOLUCIÓN: HASTA 2024-2025

PRECIO: 45 € (BOTELLA DE 50 CL.)

97 Podría parecer, y con frecuencia no sin razón, que las bodegas de Jerez mantienen sin modificación los esquemas heredados, los estilos reconocidos y reconocibles de sus vinos y las recetas a la hora de elaborarlos. Hay un trabajo interno de experimentación que queda en la sombra y a veces va a vía muerta, sin ver la luz comercial. El inquieto Antonio Flores, enólogo de González Byass, ha creado a partir de esas presuntas vías muertas que quedan en la bodega la colección que llama vinos *finitos* (porque tienen fin, son partidas muy reducidas). Cuenta con un oloroso Alfonso y un dulce de Palomino elaborado como los clásicos de Pedro Ximénez. Ahora suma tres finos varietales. Lo mejores son los de Palomino Fino y Pedro Ximénez, dos variedades de probadas prestaciones en la crianza biológica, aunque en este caso evidencian un periodo muy prolongado en las botas, lo mismo que el de Moscatel, menos llamativo. El primero responde al esquema del catón, con recuerdos marcados de almendra cruda, levaduras frescas y un recuerdo de hidrocarburos y cal que es más marcado en el complejo aroma del varietal de Pedro Ximénez; el de Moscatel, sin carácter varietal, muestra un recuerdo de champiñón fresco. Buen paso de boca en los tres, más rotundo el de Pedro Ximénez, algo soso el de Moscatel.

Laus Garnacha '21

TINTO. BODEGAS LAUS

ZONA: DO SOMONTANO. VARIEDAD: GARNACHA

CRIANZA: 4 MESES EN BARRICAS MIXTAS DE ROBLE FRANCÉS Y AMERICANO

EVOLUCIÓN: 2024-2025. PRECIO: 6 €



91 La familia Nozaleda fue al juzgado a rescatar uno de los proyectos fallidos de la DO Somontano. Buena compra: una bodega equipada y una extraordinaria finca. Los vinos no eran buenos pero se ha iniciado un proceso de cambio que separe los estilos de Laus de lo que fue su modelo a imitar, la propia Enate. Laus Garnacha es el primer paso, con una variedad que tuvo mayor importancia en el pasado pero que se recupera en busca de frescura. Es lo que da con generosidad esta nueva e interesante etiqueta, una joya como vino de barra. Dominan aromas varietales, con clásicos recuerdos de fruta roja, flores azules y mineral de hierro y un toque discreto de crianza. Ágil en la boca, cuerpo medio, fluido, equilibrado, grato.

Baynos Blanco de Viura '20

BLANCO. BODEGAS MAURO

ZONA: DOC RIOJA. VARIEDAD: VIURA

CRIANZA: FERMENTADO Y 20 MESES EN BARRICAS DE ROBLE FRANCÉS DE 228 L

EVOLUCIÓN: HASTA 2027-2028. PRECIO: 65 €



94 La familia García presentó en sociedad su entrada en Rioja a finales de 2022 con la presentación del tinto Baynos '20, fruto de viñas viejas en las que, como es habitual en la zona, se cultivan variedades blancas y tintas. Hicieron dos vendimias y con las blancas han incorporado una buena aportación a la nueva ola de blancos riojanos. Destaca la excelente gestión de la crianza en barrica para un blanco que busca la longevidad pero que ofrece estupendas sensaciones en su entrada en liza. Fino y con carácter, dominan los aromas frutales sobre tonos de maderas blancas y de almendra cruda bien engarzados. También hay buena conjunción en un paso de boca ligeramente glicérico pero con alegre acidez, suave, seco, equilibrado, sabroso, vivo.

Áster El Espino '20

TINTO. VIÑEDOS Y BODEGAS ÁSTER. ZONA: DO RIBERA DEL DUERO

VARIEDAD: TINTO FINO. CRIANZA: 50% FERMENTACIÓN MALOLÁCTICA EN BARRICAS

DE ROBLE FRANCÉS, 12 MESES EN BARRICAS DE ROBLE FRANCÉS

EVOLUCIÓN: HASTA 2026-2027. PRECIO: 35 €



94 Parecía que las novedades del grupo La Rioja Alta se centrarían en Torre de Oña, pero se mueve el catálogo en Ribera a la espera de novedad en ciernes en Rías Baixas. Cambia el perfil del Áster básico, más consistente, expresivo y fino, permanece en su excelente nivel el Finca El Otero y llega un tercer tinto, con un estilo diferente. Se liman los ángulos tradicionales en la Ribera, con frescura y trago largo, pero sin perder carácter varietal y de zona. Nariz potente y directa, sugestiva, con dominio de sensaciones frutales, notas balsámicas y discreta aportación de la barrica. Muy buen paso de boca, cuerpo medio-alto, centro carnosos, taninos civilizados y buena acidez, equilibrado, sabroso, expresivo y fino en los aromas de boca, amplio posgusto, con protagonismo frutal. Amable pero no pequeño.

Carrasviñas Félix '20

BLANCO. BODEGAS FÉLIX LORENZO CACHAZO

ZONA: DO RUEDA. VARIEDAD: VERDEJO

CRIANZA: PARTE FERMENTADO Y 12 MESES EN ÁNFORAS DE CERÁMICA,

12 EN BOTELLERO. EVOLUCIÓN: HASTA 2025-2026. PRECIO: 28 €



92 Puede sonar como una especie de endogamia, pero las gentes del vino acostumbran a hacer regalos en torno al vino, incluso dentro de la familia. Los hermanos Lorenzo celebran el 80 cumpleaños de su padre con un vino especial en el que aplican una fórmula enológica nueva, la tinaja de barro. Y lo comparten con quien compre una de las poco más de dos mil botellas elaboradas a partir de una viña plantada sobre arena casi de playa entre 1880 y 1900, una de las predilectas del fundador de la bodega. Perfil de toda la vida, sobrio y fino en la nariz, con notas frutales y toque de hinojo. Muy serio en la boca, con cierto cuerpo y textura glicérica matizados por una excelente acidez, seco, suave, sabroso, amplio en aromas, con fino toque amargo de salida que abre un final largo y sugerente.

Viña Vicuana '19

TINTO. BODEGAS BILBAÍNAS

ZONA: DOC RIOJA

VARIETADES: 80% TEMPRANILLO, 20% GRACIANO

CRIANZA: 20 MESES EN FUDRE DE ROBLE FRANCÉS (EL GRACIANO) Y DEPÓSITOS DE HORMIGÓN (EL TEMPRANILLO)

EVOLUCIÓN: HASTA 2030. PRECIO: 50 €

95 Reaparece un nombre clásico, que fue marca de rosado en La Rioja Alta y de un tinto de trayecto efímero, Vicuana '03, cosecha única de lo que se definió como "vino de estilo libre". Salió en 2005 y desapareció; vuelve con el añadido viña pero conserva ese estilo heterodoxo en la elaboración y el maridaje Tempranillo-Graciano para un tinto de guarda, que se hará esperar algún tiempo para limar cierta rusticidad de Graciano. Nariz compleja, amplia y profunda, con buena base frutal-floral-mineral matizada por tonos especiados (especies frescas y secas) y de maderas finas. Consistente en la boca, con cuerpo y centro caroso, viva acidez, taninos firmes, sabroso, amplio.



Kaiaren '16

BLANCO. BODEGA K5

ZONA: DO GETARIAKO TXAKOLINA.

VARIEDAD: HONDARRABI ZURI

CRIANZA: 48 MESES SOBRE LÍAS EN DEPÓSITO DE ACERO INOXIDABLE, 24 EN BOTELLERO

EVOLUCIÓN: HASTA 2026-2027. PRECIO: 35 €

92 Estrenada en 2010, la bodega de Karlos Argiñano ha tenido un trayecto discreto en estos años. Hubo algún cambio: ahora son tres socios en lugar de cinco y con dirección femenina, Amaia Argiñano y la enóloga Andrea Vargas; permanece Lauren Rosillo como asesor enológico. Optan por el chacolí de larga vida en sus cuatro vinos (se gesta un quinto, vendimia tardía); el último, una apuesta de riesgo, con larga permanencia en depósito sobre lías en estático, sin removido. Nariz muy fina, más delicada que intensa, con sutiles y sugestivos matices herbáceos, anisados y minerales (yodo, aires marinos). Ágil en la boca, ligero, fluido, acidez viva pero equilibrada, seco, amplio en los aromas, largo posgusto frutal.

Enate TS '21

TINTO. ENATE

ZONA: DO SOMONTANO

VARIETADES: TEMPRANILLO Y SYRAH

CRIANZA: 4 MESES EN BARRICA

EVOLUCIÓN: HASTA 2024-2025. PRECIO: 9,25 €

91 Enate desarrolló paso a paso un amplio catálogo de vinos, sustentados en las variedades de uva internacionales, con poco espacio para las novedades, tanto en variedades como en la creación de nuevas especialidades en una gama compleja y con carácter. Paradójicamente, la parte menos estable es la de los vinos más populares, los del trago fácil. Enate TS viene a sustituir al Enate Tapas como vino de chateo o de trago largo, pero tiene mayor prestancia, sin dejar de ser un vino de amplio espectro comercial. Es aromático, con bien medidos rasgos de crianza para no empañar un fino carácter frutal de madurez. Cuerpo medio, fresca acidez y taninos con relieve pero amables para un paso de boca ágil y fluido, sabroso, expresivo en los aromas (mucho fruta, fina vinosidad), con buen final.



Vareia Beronia '19

TINTO VIÑEDO SINGULAR. BODEGAS BERONIA

ZONA: DOC RIOJA.

VARIEDAD: TEMPRANILLO

CRIANZA: FERMENTACIÓN MALOLÁCTICA EN DEPÓSITOS DE HORMIGÓN, 11 MESES EN FUDRE DE 3.500 L., 7 EN BOTELLERO

EVOLUCIÓN: HASTA 2028-2029. PRECIO: 70 €

96 Anda de celebraciones la filial riojana de González Byass: la bodega nueva o el reconocimiento a un gran profesional como es su responsable, Matías Calleja, son buenos motivos. Y se celebra como se debe, con el lanzamiento de un nuevo vino con el que la bodega de Ollauri entra en el club de los viñedos singulares de Rioja. Procede de una parcela de 1,6 hectáreas de más de 70 años cercana a la bodega. Le va bien el apelativo de singular, sobre todo en una nariz profunda, concentrada, muy frutal y con muchos matices entre los que destacan los efectos de una bien medida crianza sin que se deje ver la madera. Estructurado, con nervio (fresca acidez) y relieve tánico, consistente, fresco, sabroso, expresivo, largo. Crecerá en la botella.

Pérez Barquero G1

BLANCO. PÉREZ BARQUERO

ZONA: CÓRDOBA, SIN IGP

VARIEDAD: PEDRO XIMÉNEZ

ELABORACIÓN: SEGUNDA FERMENTACIÓN CON LEVADURAS

SELECCIONADAS DEL VELO DE FLOR

EVOLUCIÓN: HASTA 2023. PRECIO: 9 €

85 Experiencia singular de una de las pocas bodegas que muestran dinamismo en la DO Montilla-Moriles. En los años ochenta seleccionaron una levadura de una de las bodegas del grupo, Gracia Hermanos, y la bautizaron como G1. Con ella se ha realizado esta experiencia de espumoso método tradicional, que lleva una contradicción: indica brut nature y al mismo tiempo informa sobre la adición de licor de expedición elaborado a partir de vinos viejos. Lo uno o lo otro, pero el interés estriba en la unión de dos procesos biológicos singulares, el trabajo de las levaduras del fino, que trabajan en contacto con el aire, y la segunda fermentación en ambiente reductor. Un espumoso juvenil, con sensaciones frutales frescas y sutiles notas de crianza (tostados, ahumados); ligero y seco, equilibrado y fluido en el paso de boca, buena burbuja, sabroso, franco.



Barbadillo Blanco de Albariza '22

BLANCO. BODEGAS BARBADILLO

ZONA: VT CÁDIZ

VARIEDAD: PALOMINO FINO

EVOLUCIÓN: CORTO PLAZO. PRECIO: 4,75 €

87 Después de casi medio siglo, el vino que llevó al marco de Jerez la modernidad de los vinos jóvenes frescos y afrutados y sus técnicas de elaboración cambia su nombre y prescinde de la referencia al castillo, monumento municipal rodeado casi por completo por los cascos de bodega de Barbadillo. Es la culminación de una evolución en el vino desde el ligero y plano blanco inicial hacia una mayor expresión en aromas y prestancia en la boca. Esta cosecha del cambio de etiqueta es la culminación de ese proceso. Descubre un insólito poder aromático en la variedad Palomino, con recuerdos de manzana y toques herbáceos frescos (nota de hinojo). Buen paso de boca, cuerpo medio, bien ajustada acidez, suave, seco y amable, bien dotado de sabores, fresca en aromas, buen final.

Compra el grupo de Carlos Mouriño

ESTRELLA GALICIA APUESTA POR EL VINO

Si son las primeras líneas de una tendencia, o es un chispazo puntual, lo dirá el calendario. Y si el agua abrió un camino que ya está consolidado, ahora le toca al vino. Que firmas potentes del sector cervecero español incorporaran a su oferta comercial marcas reconocidas de agua mineral, como Solán de Cabras, Fuente Liviana o Cabreiroá, tampoco es que sorprendiera tanto. ¿Agua y cerveza? Pues vale.

Que desde Ourense, un suponer, se pudieran encargar y adquirir directamente, a golpe de clic, unas Ambicosas de La Zaragozana, también caía dentro de lo previsible, o al menos de la lógica de un mercado siempre en expansión. La apuesta de Estrella Galicia (Hijos de Rivera) por el vino, sin embargo, es otra cosa. Por ahora solo la firma gallega se muestra a campo abierto. Después de un primer paso en la Ribeira Sacra, discreto y sin demasiado ruido, ahora no solo da nuevos pasos en la misma línea, con más vinos y viñedos en propiedad, sino que ha abierto una nueva vía, con una amplia oferta para entrega a domicilio, que incluye más de un centenar de marcas de distintas zonas, perfiles y, naturalmente, precio.

Estrella Galicia –o los dueños de la cervecera gallega, que viene siendo parecido– entró en 2006 en Ponte da Boga, una bodega que ya nació al amparo de la entonces joven denominación de origen Ribeira Sacra, fruto del entusiasmo de tres pequeños viticultores de la misma zona de Castro Caldelas, que contaron desde el primer momento con el apoyo económico y el empuje del fallecido Mariano Peláez (Marqués de Vizhoja).

Asentada sobre los cimientos de la que había sido *la bodega do Pascasio*, nacida a finales del siglo XIX y desapa-

recida del mapa durante décadas, con el euro en circulación se constituyó la nueva sociedad. Los fundadores siguen en ella, aunque con participaciones irrelevantes a efectos de gestión. Sus 1.200 euros de origen prácticamente flotan. A golpe de ampliaciones de capital, la última por importe de tres millones de euros el pasado mes de junio, la pauta la fija la empresa de origen coruñés con una abrumadora mayoría.

Consolidado aquel desembarco en el sector del vino, la cervecera avanza ahora con la adquisición de Finca Viñoa y Pazo de Casanova, en la denominación Ribeiro; Fragas do Lecer, en Monterrei, y Quinta de Couselo, en Rías Baixas, que en conjunto dan forma a Grandes Pagos Gallegos de Viticultura Tradicional, o, lo que es casi lo mismo, el grupo vinícola que tiene como cabeza visible a Carlos Mouriño, el presidente del Celta de Vigo.

Los detalles de la operación no se han hecho públicos, aunque, con el precedente de Ponte da Boga, no parece una temeridad suponer que la corporación Hijos de Rivera dispondrá de una muy amplia mayoría. Tal vez entre los socios de la firma vendedora se hayan reservado una cuota más o menos simbólica, pero sin margen de gestión.



No es, de todos modos, el único movimiento de la cervecera gallega más allá de su medio natural, entre lúpulos y maltas, que es el que le ha dado fama y reconocimiento. Conviene no olvidar que durante la penúltima etapa de Sanclodio, el ribeiro que se elabora en la bodega en su día promovida por el fallecido cineasta José Luis Cuerda, antes de su reciente venta al grupo Matarromera, en los camiones de reparto de Estrella Galicia, aparte de Ponte de Boga también había Sanclodio. Y en no pocas ocasiones, los menús cerrados de restaurantes en jornadas festivas o celebraciones incluían un ribeiro y un ribeira sacra, que eran precisamente esas dos marcas, con Cabreiroá como agua de referencia. En el ámbito de la distribución pura, la incorporación de los vinos de Sierra Cantabria muestra un horizonte de infinitas posibilidades, en el que tampoco se debe descartar la probabilidad del salto fuera del ámbito gallego. Dicho de otro modo, no necesariamente tiene que ser Valdeorras el próximo objetivo, suponiendo un deseo de completar la carta con productos *da terra*. Si las cervezas de esta casa han conseguido el liderazgo en áreas geográficas alejadas cientos de kilómetros de

El Grifo vendimia de invierno

EL VINO DE LA DISTOPÍA

LA VENDIMIA DE INVIERNO DE EL GRIFO O CÓMO SOBREVIVIR AL CAMBIO CLIMÁTICO EN LANZAROTE. PARECE UNA DISTOPÍA, O TAL VEZ UNA PROFECÍA. EL GRIFO, UNA DE LAS BODEGAS MÁS ANTIGUAS DE ESPAÑA, SE ADELANTA A SU TIEMPO Y TAL VEZ ANTICIPA UN FUTURO CON CLIMA TROPICAL MÁS INTENSO QUE IMPONGA UN ADELANTO DRAMÁTICO DE LA VENDIMIA. O DOS COSECHAS EN EL MISMO AÑO.

Lanzarote, una de las islas más cálidas del cálido archipiélago canario, sufre especialmente los estragos del temido cambio climático. Ya es una emergencia medioambiental, que ha elevado las temperaturas medias de la isla y pone en peligro la viabilidad de un viñedo que encierra uno de nuestros mayores patrimonios vitivinícolas.

Tiene un terruño identitario a más no poder, formas de cultivo ancestrales, variedades de uva personalísimas... todos los factores necesarios para convertirse en favorita de los *wine*lovers. Sin embargo, el clima no está a su favor, mucho menos en los últimos años, en los que las temperaturas se han disparado en todas partes. En otros lugares pueden ir jugando a “mover” viñedo, buscando cada vez cotas más altas, pero la orografía lanzaroteña no permite esa opción. Y es que el punto más alto es la cumbre del pico Peñas del Cache, a una altitud de apenas 671 metros, por lo que la mayoría de los viñedos se cultivan al nivel del mar. Nada que hacer en ese sentido.

Así que, junto al asesor Xabier Kamio, los enólogos de El Grifo, la bodega más antigua de esta isla, decidieron arriesgarse apostando por adelantar el ciclo biológico de la vid, una opción que nunca había sido contemplada hasta ese momento.

Convencieron para ello a Francisco Raimundo García Reyes, viticultor de una de las zonas cálidas de la isla, Playa Quemada (situada a menos de dos mil metros de la costa, al resguardo de los vientos Alisios), para que les cediera dos hectáreas de sus viñedos de la emblemática Malvasía Volcánica para experimentar con una vendimia adelantada. Y así, no sin cierto miedo y alguna insegu-



FRANCISCO RAIMUNDO GARCÍA REYES

ridad, comenzaron lo que se ha convertido en un hito de la vitivinicultura española, la vendimia más temprana del hemisferio norte, vendimiando en abril en vez de en julio. El resultado, unas uvas de buena calidad, con unas acedeces muy interesantes y bajos ph, con las que elaboraron una primera cosecha de esa novedosísima vendimia de invierno.

UN VIÑEDO MUY ESPECIAL

Solo unas breves líneas para remarcar la singularidad del viñedo lanzaroteño, único en el mundo. Lanzarote es una isla árida, con escasas precipitaciones y vientos alisios constantes, situada a una latitud inferior a los 30° de latitud norte (28° Canarias). Ello, junto a la poca altitud de esta isla casi llana y temperaturas que no bajan de los diez grados centígrados durante todo el año, hacen que la viña no realice la parada invernal y que, para completar esta etapa, haya que inducirla mediante la poda.

Estos parámetros recuerdan en cierta medida a los de las viticulturas tropicales, donde debido a la inexistencia del parón invernal, se realizan varias cosechas al año, como sucede en Brasil. Elisa Ludeña, directora técnica de la bodega, comenta que “nosotros hacemos una sola vendimia. Sí es verdad que el primer año, para hacer esa reconversión, coincidieron dos vendimias, pero este año, que sería nuestro segundo año, ya solo ha sido una vendimia”.



Para ello, cuando han terminado de vendimiar, riegan la viña para darle vitalidad (esta es una labor que harían igual si hubieran vendimiado en julio), después podan y esperan a verano. “Le hacemos una poda en verde, por si hubiera alguna materia vegetal en el tronco. La hoja sí se deja que se caiga sola, porque es una ayuda para hacer la fotosíntesis, para todas esas reservas que queremos que la planta tenga de cara a la siguiente campaña. Lo demás, si brota, se quita”.

Detrás de esta aparente sencillez, se esconde una investigación minuciosa, sobre todo de trabajo de campo, en la que

se han tenido en cuenta multitud de datos: “hacemos conteos de los racimos cuando están brotando, se cuenta la yema, se miden los pámpanos para ver cómo sufre la vid de cara a este calor que estamos intentando mitigar, y todo esto lo basamos en los predictivos de integrales térmicas”.

LA SEGUNDA VENDIMIA DE INVIERNO

Tan contentos quedaron con el vino resultante de esa primera vendimia de invierno que los enólogos de El Grifo decidieron repetir la experiencia aumentando el radio de acción a otras zonas y viñedos de la isla. Ludeña nos comenta que “este año, con el objetivo de seguir viendo cómo se comporta esa vendimia invernal en diferentes zonas, se escogió una parcelita en la parte norte de la isla, en la zona de Ye; otra en el centro de la isla, en la zona de Tinajo (todo un referente en cuanto a viñedo en la isla), exactamente en el área de Cuchillo, y nosotros, como bodega, lo hemos hecho también en dos parcelas experimentales propias. Por último también hemos escogido una parcela en La Geria de un viticultor que trabaja en ecológico y en hoyos, el sistema tradicional de cultivo; y, por supuesto, en Playa Quemada”.

En total, cinco parcelas, con una edad media del viñedo de unos 30 años (el de La Geria es algo más viejo) en las que se



ELISA LUDEÑA (DERECHA)



ha experimentado con esta segunda vendimia invernal de Malvasía Volcánica y que ya han vendimiado, cosechando en la segunda semana de febrero, ya que han adelantado un poco más el ciclo.

“Este año –confirma la enóloga– hemos decidido probar a podar antes, así que en 2022 se podó en septiembre (en vez de en octubre), y en 2023 ya hemos vendimiado en febrero. La previsión era que fuera en marzo, pero hemos tenido un noviembre y diciembre bastante calurosos, el invierno ha llegado a la isla un poco más tarde, así que el fruto de la vid ha madurado antes. Con la vendimia de invierno, además de mitigar esas altas temperaturas que sufrimos en verano, hacemos que la vid sufra menos, porque al final tiene menos estrés hídrico, ya que la época de lluvia aquí, en Lanzarote, es noviembre, diciembre, enero y febrero”.

LAS ESPECTATIVAS

Con los mostos aún fermentando cuando hablamos con ella, Elisa nos comenta que están muy satisfechos con el resultado de esta segunda vendimia invernal: “hemos tenido unas acideces bastante altas, estamos contentos con los málicos que tiene, los ph bajos... La materia obtenida tiene calidad para hacer vinos de guarda, que es lo que buscábamos, para poder investigar en elaborar vinos de crianza en lías. Incluso hacer vinos espumosos podría ser interesante”.



En este segundo año ha decidido dividir los mostos obtenidos en dos microvinificaciones, separando la vendimia de la parcela en ecológico, la de La Geria, para elaborarla a solas con una crianza sobre lías. “Queremos trasladar esa identidad de vino parcelario, manteniendo así esa acidez y salinidad que también son identidad de la isla”. El resto, ha decidido probar a elaborarlo con racimo entero, como si fuese una maceración carbónica.

OBJETIVO: RESILIENCIA

Y todo esto con un único objetivo: que el viñedo canario sea viable en el futuro,

que sea sostenible y económicamente rentable, preservando así el tesoro de unos sistemas de cultivo únicos y unos viñedos prefloréticos que son patrimonio de la humanidad.

El Grifo ha apostado desde hace tiempo por el camino de la sostenibilidad, “Llevamos en conversión a ecológico tres años, desde diciembre tenemos la mitad de nuestras parcelas propias, unas decisiéis hectáreas, ya certificadas” y por reducir su huella de carbono. En este sentido vendimiar en invierno resulta muy interesante, ya que las aplicaciones fitosanitarias se reducen considerablemente al evitar las temperaturas más altas. Así en Lanzarote, donde ya de por sí se realizan menos aplicaciones que en península –unas seis frente a las hasta quince peninsulares– la bodega

ha conseguido reducirlas con la vendimia de invierno a tres o cuatro.

Menos enfermedades, menos plagas, menor estrés hídrico y gasto energético de la planta y, lo que es esencial, una innegable calidad de la uva de cara a elaborar vinos de guarda. A la espera de un mayor historial de cosechas y a que vayan “cuadrando” elaboraciones, zonas y fechas, parece que los de El Grifo han encontrado una salida ante la devastadora subida de temperaturas de la isla, gracias a un cultivo, a priori, más resiliente. En resumen, mejor adaptado al cambio climático que se está imponiendo. ■

Valenciso, 25 años

EL RIOJA ELEGANTE

CARMEN ENCISO Y LUIS VALENTÍN CREARON ESTA BODEGA DESDE CERO CON EL BAGAJE QUE LES HABÍA DADO SU PASO POR OTRAS EMPRESAS VINÍCOLAS RIOJANAS, COMO BODEGAS PALACIO. ESTE AÑO CUMPLEN UN CUARTO DE SIGLO Y LO CELEBRAN CON BODEGA PROPIA, CULTIVO EN ECOLÓGICO Y UN OBJETIVO CLARO, SEGUIR HACIENDO UN VINO QUE LES DIFERENCIE.

No todos los que viven en Rioja tienen antecedentes vinateros, aunque así pueda parecer al resto. Pero lo que sí es seguro es que es una comunidad donde el vino asume un peso de relevancia tanto económico como social y donde su población tiene una especial relación con él. Carmen Enciso y Luis Valentín son de esa parte de riojanos que, sin antecedentes en el mundo del vino, su amor y pasión por este sector les llevó hace 38 años a apostar por construir un futuro en torno a él.

Ambos desarrollaron su carrera profesional cuando Jean Gervais, directivo de la multinacional Seagram's, dirigía la centenaria Bodegas Palacio, en Laguardia, que después compraría. Allí, Luis Valentín fue el responsable de relanzar la empresa y reposicionar la imagen de la



misma. Por su parte, Carmen Enciso se encargó de los temas de comunicación y de convertir la antigua bodega en hotel, entre otras tareas. Una andadura que duró 14 años y durante la que, según Enciso, aprendieron mucho. "Gervais trajo ideas revolucionarias a Rioja, como el uso de la barrica nueva o la apertura de la bodega a visitas, una actividad que antes era una quimera, había que ser la hermana del director para verla. También construyó un hotel en la bodega y de esto hace treinta años, que tampoco era normal".

Con el paso de los años, Gervais vendió la bodega al grupo Acciona y fue en ese momento cuando Enciso y Valentín decidieron dar el paso de elaborar su propio vino. Una iniciativa que, según Enciso, hicieron entre la valentía y la inconsciencia. "Era entonces o nunca y aquí seguimos 25 años después".

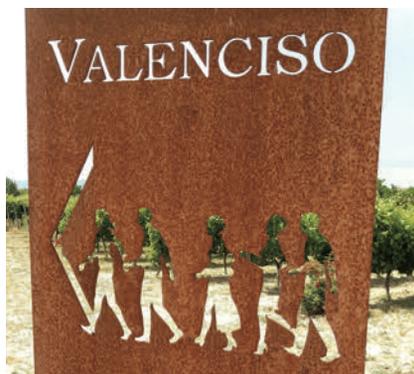


UNA BODEGA DIFERENTE

El nombre de Valenciso nació por la unión de los apellidos de los fundadores, Valentín y Enciso. La bodega la pusieron en marcha con la ayuda de pequeños inversores, lo que ahora se denominaría *crowdfunding*, una financiación colectiva, que buscaba una base accionarial diversa, sin accionistas que pudieran desequilibrar, con un capital repartido de modo que ninguna participación superara a la de los impulsores del proyecto, según se pone de manifiesto en el libro

que la Compañía Bodeguera de Valenciso publicó allá por el inicio de su andadura.

Un principio “en el que podíamos con todo”, asegura Enciso. Empezaron elaborando en bodegas alquiladas en Laguardia porque, según cuenta, sí sabían lo que no había que hacer, como una gran inversión en un edificio, con números no



reales. Así pasaron más de diez años mientras veían como rotaba el vino. “Es un mundo romántico y precioso, no hay otro igual de bonito, pero si haces el mejor vino del mundo y no lo sabe nadie, no haces nada”.

En sus comienzos decidieron hacer solo un tinto reserva, que elaboraron durante muchos años en solitario, como una manera de distinguirse del resto de bodegas. En su primera añada, la de 1998, lanzaron 24.000 botellas.

VIÑAS CONTROLADAS

No tenían viñedo propio, una circunstancia que se mantiene en la actualidad ya que apenas cuentan con unas pequeñas parcelas propias. Una situación que en La Rioja se hace difícil, no solo porque el viñedo está muy repartido, sino también porque los precios son muy elevados. “Alquilamos viñas en buenas fincas e hicimos contratos de 20 y 25 años. Hemos ido reuniendo nuevas viñas, porque la ocasión se ha puesto de nuestro lado, ya que mucha gente mayor se jubila y no quiere vender, así que deja en nuestras manos estas tierras que cuidamos y mimamos”. En la actualidad cuentan con 29 hectáreas en pagos en La Rioja Alta: Ollauri, Briones, Haro, Rodezno, Gimileo, Zarratón y Villalba.



En 2006 empezaron a trabajar el viñedo siguiendo las normas de la viticultura sostenible. En 2017, dieron un paso más y se sumergieron en el cultivo ecológico, que para ambos, es la mejor manera de respetar el suelo, la vid y el medio ambiente. Desde 2019 lo aplican en todas sus viñas. Su proyecto de bodega propia fue tomando forma cuando comprobaron que el vino funcionaba y que rotaba en los establecimientos. Se hizo realidad en 2007, en la localidad de Ollauri. “Para un proyecto tan personal quisimos estar en la comarca de Haro, de donde proceden nuestras familias. Un regreso emocional que encuentra en los suelos arcillo-calcáreos y la influencia del clima atlántico nuestro ideal como bodegueros”. Una vez aquí, empezaron a elaborar más allá del reserva.

Si el viñedo es una de sus prioridades, el vino discurre en paralelo. Un vino con



el que se quieren distinguir del resto de bodegas y para el que acometen su elaboración no solo en la vertiente ecológica, sino también en el uso de bodega de roble francés, frente al americano preponderante en La Rioja (alrededor de un 90 por ciento del total es de esta procedencia), en el depósito de cemento en lugar del de acero inoxidable y en la búsqueda del acierto constante. “Hemos sido capaces de no sacar al mercado dos añadas, las de 2003 y 2013, por no reunir las condiciones necesarias”, subraya. También se distinguen por su parque de barricas, con más de mil unidades, que renuevan cada tres años, para “jugar con los tiempos”.

En la actualidad, en la bodega son diez personas que elaboran más de 150.000 botellas, de las que un 50 por ciento se va fuera de nuestras fronteras, sobre todo, a Estados Unidos, China, Australia, Japón, y por supuesto, Europa. En España, Madrid, Barcelona, País Vasco o Cantabria son los principales destinos de los vinos de Valenciso.

VINOS SINGULARES

Desde su llegada a Ollauri, dejaron de elaborar un solo vino para dar paso a una gama más extensa y, en muchos casos, singular, con características y elaboraciones diferentes. Singular como es el caso del blanco fermentado en barrica, envejecido en madera de roble del



Cáucaso y no francés, como utilizan en la mayoría de los blancos riojanos. “No tiene mucho que ver con los demás, con la madera muy bien trabajada, presente y sin dominar, como nos gusta a nosotros”.

También elaboran un vino que llaman Tinto Cemento, que envejece en depósitos de cemento, cuando la mayoría en esta denominación son de acero o de madera. “Estamos encantados, es un vino vivo, joven, con cuerpo, longevo que mantiene la fruta. Ha sido un éxito, aunque no esté en el mercado todos los años. Ahora sale la añada ‘19 y ya iremos viendo. No hay prisa, lo sabemos desde que empezamos, si quieres adelantar, vamos mal. Todo es a largo plazo. Si no sale, no pasa nada y si sale va a ser buen vino”, asegura Enciso. También cita con orgullo uno muy especial al que denominaron, 10 años Después, elaborado en cemento y envejecido en barrica del Cáucaso, fino, largo y muy fresco.

Comenta que son amantes de los monovarietales y que por esta razón han puesto en el mercado un Graciano, elegante, pero con nervio, esta vez en roble francés. Y por puro azar, cuenta cómo añadieron un rosado a su portafolio: “Por una cuestión técnica tuvimos que hacer un sangrado en

un depósito y así nació el rosado. Como salió buenísimo, lo seguimos elaborando”. Un vino del que apenas salen 4.000 botellas al mercado.

En cuanto al futuro, Enciso manifiesta que seguro que saldrán más vinos, que siempre hay proyectos en marcha aunque, hoy por hoy, no quiera desvelar sus secretos.

Para celebrar sus 25 años de historia, Carmen se muestra discreta y prudente. Manifiesta la importancia que tienen para ellos las visitas enológicas, que la gente les dedique su tiempo. Desde hace años, cada mes de agosto organizan las llamadas Experiencias Valenciso, guiadas por ellos mismos, porque como comenta, “podríamos darle un guión a una persona para que enseñara la bodega o los alrededores, pero no es lo que queremos”. Unas experiencias en las que el arte está presente en toda su extensión con actividades musicales, de pintura, presentaciones de libros, visitas guiadas a Ollauri o catas singulares. “Seguro que la celebración de este aniversario la incluiremos en alguna de estas experiencias, porque estamos orgullosos de lo que hacemos y nos sentimos comprometidos con la sociedad y con el medio ambiente”. ■





Del juicio a la diversión



CATA CIEGAS

PROBAR VINOS A ETIQUETA ESCONDIDA HA DEJADO DE SER UNA TAREA LIMITADA A LOS CONCURSOS DE VINOS, LA FILOSOFÍA DE ALGUNAS GUÍAS O EL LUCIMIENTO DE LOS SUMILLERES. GRACIAS A LA GENERALIZACIÓN DE LA FORMACIÓN EN VINO EN ESPAÑA Y DE LAS COMPETICIONES DE CATA, ES LA NUEVA GRAN AFICIÓN DE LOS WINE LOVERS.

TEXTO: AMAYA CERVERA

Probablemente, la cata a ciegas más famosa de la historia es el llamado Juicio de París que en 1976 enfrentó a grandes tintos de Burdeos con sus homólogos californianos. La ocurrencia del escritor y crítico británico Steven Spurrier (1941-2021), que en aquella época regentaba una tienda de vinos en la capital francesa, sirvió para poner en el mapa productores de Napa Valley como Stag's Leap Wine Cellars, ganador en la categoría de tintos, o Château Montelena, que hizo lo propio en blancos y, sobre todo, para que al Nuevo Mundo se le abrieran las puertas del selecto club de los vinos finos.

un saldo positivo para España, ya que encumbró a la primera posición al tinto Gran Coronas Etiqueta Negra '70 (el actual cabernet Mas La Plana de Familia Torres), también frente a famosos *crus* bordeleses. Hoy, estas batallas (con clásicos como Rioja-Ribera o Duero vs. Douro) constituyen una práctica habitual en publicaciones especializadas y en eventos profesionales. Más allá de lo que puedan tener de espectáculo, especialmente cuando un vino de corte humilde se impone a una cohorte de vacas sagradas, lo cierto es que la cata a ciegas es la mejor forma de valorar una batería de vinos sin dejarse influir por el mayor o menor prestigio de sus etiquetas. Y

Si todo lo que está por debajo de 90 ya no es digno de consideración, las medallas de bronce y plata se han quedado un tanto empequeñecidas con las nuevas menciones aparecidas por arriba del oro: *gran oro, trophy, premios regionales...* De hecho, según un reciente estudio de la AAWE (American Association of Wine Economists) el impacto del oro es significativamente mayor que todo lo que queda por debajo. La parte positiva es que, según la misma fuente, los vinos galardonados con alguna medalla están en situación de incrementar su precio en un 13 por ciento.

En la práctica, el grado de desconocimiento de lo que hay en la copa por par-



El evento tuvo tal repercusión que llevó a una repetición treinta años después con similares resultados. En 2005, George M. Taber, uno de los jueces de la primera cata y principal responsable de la divulgación de la noticia a través de la revista Time, publicó el libro *Judgment of Paris, California vs. France and the Historic 1976 Paris Tasting that Revolutionized Wine*, que en 2008 daría lugar a la bastante poco fiel adaptación cinematográfica *Bottle Shock*.

Enfrentamientos similares se han versionado hasta la saciedad. La Olimpiada del Vino organizada en 1979 por la revista francesa *Gault & Millau* tuvo

funciona particularmente bien para valorar y comparar productos similares agrupándolos por variedad, región vitícola, añada, tipo de envejecimiento, etcétera.

Premios y medallas

A ciegas se cata también en las competiciones de vinos, como elemento de seriedad que avala la concesión de unas medallas que las bodegas utilizarán después como argumento de venta. La proliferación de estos concursos, sin embargo, ha creado un efecto similar al de los puntos en las publicaciones especializadas o las guías de vinos.

de los jueces que participan en estas competiciones puede variar notablemente de unos concursos a otros. El campo se acota de manera evidente en el caso de certámenes especializados como fue en su día Tempranillos al Mundo, el concurso itinerante Grenaches du Monde, que celebrará su próxima edición en Nueva York, u otros que se centran en variedades de uva como la Pinot Noir o la Malbec.

En los de espectro más amplio, que reúnen gran cantidad de muestras de estilos y procedencias variadas, los vinos se suelen agrupar por tipos y categorías, pero puede ocurrir que los jue-



ces solo conozcan la añada del vino, como ocurre a menudo en Bacchus, el único concurso reconocido por la OIV en España, o que tengan muchas más pistas.

Es lo que sucede, por ejemplo, en los Decanter World Wine Awards, el que a día de hoy es el mayor concurso por número de muestras (alrededor de 18.500 en la edición de 2022). Aquí se cata habitualmente por regiones o variedades. Los jueces suelen ser especialistas en esas zonas, países o estilos y cuentan con información básica para contextualizar lo que están probando. Conocen la zona, variedad de uva, la añada y también la banda de precio en la que se si-

presente en la formación de sumilleres y encuentra su máxima expresión en las tradicionales competiciones de la profesión.

La más exigente, organizada cada tres años por la ASI (Association de la Sommellerie Internationale), dirime quién se hará con el título de Mejor Sumiller del Mundo. La última edición, que tuvo lugar el pasado mes de febrero y coronó al letón Raimonds Tomson (primer representante de los Países Bálticos en conseguir el galardón) incluyó su correspondiente dosis de cata a ciegas. Los 17 semifinalistas tuvieron que identificar y valorar un espumoso inglés y, más difícil todavía, enfrentar-

tener la titulación de Master Sommelier (MS), traspasó fronteras con la película documental *Somm* y el reality televisivo *Uncorked*. Para el aspirante español Agustín Trapero, actual director de vinos del hotel Four Seasons de Madrid, que lleva varios años inmerso en el proceso, el examen es muy estresante. "Es oral, tienes 45 segundos para responder a cada pregunta y, si no lo haces en ese tiempo, ya no puedes volver atrás. En la cata tienes 25 minutos para valorar y describir seis vinos y llegar a una conclusión sobre su añada, variedad, zona y subzona, así que debes tener las cosas muy claras y una actitud mental muy fuerte", explica.



CATA POR PAREJAS VILA VINITECA

MÁS ALLÁ DE LO QUE PUEDEAN TENER DE ESPECTÁCULO, LO CIERTO ES QUE LA CATA A CIEGAS ES LA MEJOR FORMA DE VALORAR UNA BATERÍA DE VINOS SIN DEJARSE INFLUIR POR EL MAYOR O MENOR PRESTIGIO DE SUS ETIQUETAS.

túa el vino, lo que contribuye a impulsar hacia arriba etiquetas de buena relación calidad-precio que se miden de tú a tú con muestras más caras.

Catas de maestros

Más allá de avalar la imparcialidad del juicio, la cata a ciegas también se presta al juego de descubrir qué se está probando y, de paso, a valorar las capacidades y habilidad del catador. Clavar el vino exacto puede parecer un sueño, pero hasta llegar ahí hay mucha información que recabar: el país y la región de origen, la variedad de uva, la añada... Esta orientación está particularmente

se a tres tintos de Burdeos que resultaron ser el mismo vino envejecido en barricas de distintos orígenes que también debían especificar.

En la final, a ninguno de los tres candidatos le fue demasiado bien en la prueba de cata a ciegas, pero la presión de enfrentarse a cuatro copas para dar una respuesta a zona, variedad, añada y productor en cuatro minutos frente a una audiencia de 4.000 personas congregadas en La Défense Arena de París no debe ser nada fácil de gestionar.

Las tribulaciones de los sumilleres, y muy particularmente la preparación obsesiva de aquellos que estudian para ob-

Maestros de la cata

La cata a ciegas también es uno de los pilares de otra titulación particularmente difícil como es el Master of Wine. "Se cata como un detective, buscando evidencias que soporten argumentos y aplicando el conocimiento de zonas, vinos, legislación, nivel de calidad o efecto añada. Es lo que llamamos el *pensamiento funneling*: se mete todo en un embudo y actuamos como un juez para llegar a una conclusión", explicaba Almudena Alberca, directora técnica del grupo Entrecanales Domecq y la única mujer Master of Wine española, en el transcurso de una ponencia celebrada

en enero en The Wine Edition, la división de vinos de Madrid Fusión.

Sin embargo, para los examinadores del Master of Wine no es tan importante que los candidatos acierten todas las respuestas como que utilicen los razonamientos adecuados para llegar a ellas. “Al final, nos entrenamos para minimizar la subjetividad y catar en un 95 por ciento de manera objetiva. El nivel de azúcar, la acidez y el alcohol son factores enológicos objetivos. Evaluamos el nivel de calidad, la concentración o la persistencia, pero también el precio, la posición estratégica en el mercado y dónde y a quién se va a vender el vino”, señalaba Almudena Alberca.

niveles (e incluso el tercero con un poco más de esfuerzo) son asequibles para quienes quieran iniciarse en el mundo del vino y ayudan también a establecer unas bases para manejarse en la cata a ciegas.

Diversión y técnicas de cata

De hecho, cualquier pareja de aficionados con 200 € en el bolsillo para cubrir la inscripción y un poco de suerte (hay que ser rápido porque las 120 plazas se adjudican online en unos pocos minutos) puede apuntarse al Concurso de Cata por Parejas que desde 2008 organiza la distribuidora e importadora

estudios en la Escuela Superior de Hostelería de Barcelona. Fueron los ganadores de la primera edición, consiguieron un segundo puesto algún tiempo después y además Sabadí (con Martínez u otros acompañantes) ha alcanzado ocho finales.

Para Sabadí, el gran éxito de este concurso es la modalidad de parejas. “En una cata individual tienes más presión porque todo depende de ti, pero si entiendes que el objetivo del vino es compartir y disfrutar, realmente te lo llegas a pasar muy bien. Y si tienes un día que no estás muy fino, te puedes apoyar en tu compañero”. Además, valora que se elijan “bodegas muy fieles a la tipicidad

MÁS ALLÁ DE AVALAR LA IMPARCIALIDAD DEL JUICIO. LA CATA A CIEGAS TAMBIÉN SE PRESTA AL JUEGO DE DESCUBRIR QUÉ SE ESTÁ PROBANDO Y, DE PASO, A VALORAR LAS CAPACIDADES Y HABILIDAD DEL CATADOR.



RAFEL SABADÍ

El mundo de los Master of Wine es elitista por naturaleza, pero no ocurre así con su antecesora: los cursos de *The Wine & Spirit Education Trust*, más conocidos por su abreviatura *WSET*. Creada en 1969 en Reino Unido, esta institución sin ánimo de lucro se ha expandido por todo el mundo gracias a su extensa red de formadores autorizados de los que ya existe un buen número en España.

El nivel más alto, el Diploma, se considera el paso previo para cursar el Master of Wine. Es una titulación profesional que requiere muchas horas de dedicación y de cata, pero los dos primeros

Vila Viniteca. Celebrada alternamente entre Barcelona y Madrid, es una de las competiciones de cata a ciegas más potentes, mejor organizada y también remunerada (hay 30.000 € para la pareja ganadora), capaz de atraer a un cierto número de concursantes extranjeros.

Quizás el palmarés más brillante de la competición lo tenga el sumiller Rafel Sabadí, propietario de Uain Bar & Store en L'Escala (Girona) y participante en todas sus ediciones, que habitualmente tiene de pareja a David Martínez, actual profesor de la Escuela de Hostelería de Sitges y antiguo compañero de

de la zona de origen y elaboradores de estilo tradicional”, lo que facilita la identificación de los vinos.

Sabadí y Martínez han desarrollado su propia metodología. Catan durante unos cinco minutos por separado (“para no sugestionarnos”) y luego hacen una puesta en común. “Si uno lo tiene muy claro, adelante; si ambos dudan, se trata de convencer al otro y poder llegar a una conclusión”. Respecto a lo que hay en la copa “siempre intentamos identificar la variedad primero, a no ser que sea un vino que conocemos muy bien porque lo hayamos bebido muchas veces. A partir de la variedad vamos acotando por país,

bodega, marca y añada. Y, evidentemente, conocer el porfolio de Vila Viniteca ayuda mucho. Son unas ocho mil referencias de venta y cuanto más claro tengas el mapa en tu cabeza, mejor de cara a ir eliminando cosas”.

Sabadí también ganó el *Ruinart Challenge España* en 2016 y el concurso benéfico que organizó el Master of Wine Fernando Mora durante la pandemia y que tenía como premio una botella de La Tâche, el mítico tinto borgoñón de la Romanée-Conti. “Los concursos te ponen a prueba y te obligan a salir de tu zona de confort, además de ayudarte a estar al tanto de las novedades”, apunta.

beira de Fefiñáns) y a los productores Eulogio Pomares (Zárate) y Alfonso Torrente (Ervíñate). Además, tiene un primer premio en el concurso de Vila Viniteca junto a su compañero Jean Marcos en 2015.

Considera que su técnica de cata es más del Viejo Mundo (“en lugar de la variedad, busco primero la zona y luego deduzco la uva”), pero también reconoce que cada vez es más difícil identificar lo que hay en la copa: “Hace 15 años catabas un vino y era fácil saber qué era Nuevo y qué Viejo Mundo. Hoy en día países como Chile han descubierto el terruño, han cambiado el chip y hay una gran evolución cualitativa”.

En estos últimos años están contando con la implicación de productores como Willy Pérez, que el año pasado ofreció sus instalaciones de Finca El Corregidor en Jerez para celebrarla, o Gramona en Penedès, que será la sede de la próxima edición, el 6 de mayo. El número de aspirantes también va creciendo. Se ha pasado de 19 en la edición de 2021 en Valencia, a 22 en Jerez y este año podrán participar 25 equipos de entre tres y cuatro personas que además deben designar un capitán.

“El espíritu es que sea una jornada festiva”, explica Daniel Monsonís. Gramona, de hecho, va a organizar un salón de productores a continuación del concurso, de forma similar a como viene ha-



CATA POR PAREJAS VILA VINITECA



BACCHUS

“La cata a ciegas es casi prueba olímpica”, bromea el francés afincado en España Philippe Cesco, otro personaje que se mueve como pez en el agua en este mundillo. El antiguo propietario de la vinoteca La Ruta del Vino en Santander (y responsable de generar gran afición por la cata a ciegas en la provincia) e importador de champagne es el actual delegado en España del campeonato de cata internacional que organiza la publicación francesa La Revue du Vin de France, después de haber participado en él en varias ocasiones y haberse alzado con el primer premio trabajando en equipo junto a José Luis Aragunde (Vinoteca Ri-

Aun así, le parece que la metodología del WSET, “un sistema inglés que busca el varietal y las zonas climáticas”, es buena, aunque luego “tienes que trabajar por tu cuenta para ampliar”.

Concurrir es divertido

Desde 2019, la participación española en el concurso internacional de La Revue du Vin de France se dirige a través de una competición nacional, cuya organización actual corre a cargo del propio Cesco, junto a Aragunde y al importador radicado en Valencia y propietario de Eclèctic Vins Daniel Monsonís. En los úl-

timos años están contando con la implicación de productores como Willy Pérez, que el año pasado ofreció sus instalaciones de Finca El Corregidor en Jerez para celebrarla, o Gramona en Penedès, que será la sede de la próxima edición, el 6 de mayo. El número de aspirantes también va creciendo. Se ha pasado de 19 en la edición de 2021 en Valencia, a 22 en Jerez y este año podrán participar 25 equipos de entre tres y cuatro personas que además deben designar un capitán.

“El mundo del vino que yo he conocido”, continúa Monsonís, “estaba montado muy de arriba abajo; llega un señor, te suelta el discurso de la geografía y los suelos, y tú te limitas a probar los vinos. Esto es algo bastante más abierto y lúdico; se trata de aprender bebiendo sin que vengan a soltarte una tesis doctoral. Es un tipo de fiesta que hace el vino más accesible a la gente joven; una actividad entretenida que permite ponerse a prueba, conocer otros vinos y compartir con otros aficionados”, concluye.



Al igual que en Vila Viniteca, siguen unas directrices generales en la elección de las etiquetas: “Los vinos naturales se intentan evitar porque muchas veces la vinificación enmascara la región o la variedad. Intentamos que sean vinos francos, que representen la zona de la que vienen; no se trata de ir a pillar a los concursantes con zonas imposibles porque catar a ciegas ya es muy difícil de por sí”, explica Monsonís.

La receta del catador

Desde su punto de vista, “estudiar es importante a la hora de saber colocar geográficamente las uvas, pero luego ya que un vino te parezca chenin

gan de acuerdo. Por eso, lo ideal desde su punto de vista es que cada miembro se encargue de un tipo de vino o tenga una especialidad. Básicamente, su papel como *coach* del equipo español que quedó tercero en la final de Francia del año pasado fue hacer de moderador y facilitar un entendimiento entre sus miembros.

Otro aspecto que Cesco cree que hay que vigilar son los prejuicios: “El año pasado pusieron un vino de Rueda, el dorado De Alberto, pero casi nadie pensó en que podía ser ése”. Y luego la confianza: “En la final del año pasado el equipo español puntuó en 11 de los 12 vinos catados, Muchas veces lo mejor es ir a

que ganó el Campeonato de España de Cata de 2020 celebrado en Valencia también era un grupo de aficionados. Hay una evolución”.

Para él, lo que falta en España son clubes de cata. “En Francia hay muchos concursos a nivel provincial, en universidades... y el propio campeonato nacional consta de cinco pruebas, lo que hace que tengan un entrenamiento mayor”.

No obstante, la mezcla de reto y entretenimiento se perfila como un filón cada vez más atractivo. Sin ir más lejos, Bodegas Ramón Bilbao, dentro del proyecto *Spanish Wine Academy* que inició hace unos años para divulgar el vino es-



CAMPEONATO DE ESPAÑA

SE CATA A CIEGAS TAMBIÉN EN LAS COMPETICIONES DE VINOS. COMO ELEMENTO DE SERIEDAD QUE AVALA LA CONCESIÓN DE UNAS MEDALLAS QUE LAS BODEGAS UTILIZARÁN DESPUÉS COMO ARGUMENTO DE VENTA.

blanc y otro chardonnay es cuestión de experiencia y cata”. Almudena Alberca, de hecho, apuntó en su ponencia sobre cómo catan los Masters of Wine que muchos estudiantes se obsesionan por catar, cuando tanto o más importante es aprenderse la teoría, conocer las características principales de los vinos o las variedades de uva dominantes en las distintas regiones para no fallar en el proceso de deducción lógica.

Para Philippe Cesco, la mayor dificultad del Campeonato de España de Cata y de la final que se celebra en Francia es que los componentes del equipo se pon-

lo más sencillo y no perderse buscando matices”, señala.

¿Puede cualquiera ser un catador?

Cesco valora que haya tiendas de vinos que empiecen a organizar concursos y sobre todo que se ven cada vez más aficionados con muy buen nivel. “En el concurso de Vila, al principio el 90 por ciento eran profesionales y ahora hay cada vez más aficionados. En 2016 ganaron dos personas de nuestro grupo de cata de Santander: dos ingenieros químicos de Repsol con menos acceso a botellas que los profesionales. Y el equipo

pañol por el mundo, presentará en abril el *Spanish Wine Master*. Se trata de una competición para medir los conocimientos de vino español de los participantes y que contará con ediciones en España y otros países.

Aunque la primera fase eliminatoria está basada en un cuestionario con preguntas tipo test, la semifinal y la gran final incluirán pruebas de cata a ciegas. Habrá premio en metálico (5.000 € para el ganador en el campeonato de España) y en especie: producir 500 botellas en la bodega riojana junto a los enólogos Rodolfo Bastida y Rosana Lisa. ¿Se puede pedir más diversión? ■

FAMILIA
TORRES

Desde  1870

MÁS ALLÁ DE LA SOSTENIBILIDAD

PRESERVAMOS LA HISTORIA, PROTEGEMOS LA TIERRA

HACE MÁS DE 30 AÑOS, INICIAMOS UN PROYECTO PROFUNDAMENTE INSPIRADOR: LA RECUPERACIÓN DE UVAS ANCESTRALES CASI EXTINTAS. UNA FORMA DE HOMENAJEAR EL PATRIMONIO VITIVINÍCOLA DE CATALUNYA, PERO TAMBIÉN DE HACER FRENTE AL CAMBIO CLIMÁTICO. HOY, EL RESULTADO DE ESTA AVENTURA ES CLOS ANCESTRAL. UN VINO INÉDITO, ECOLÓGICO Y QUE INCORPORA LA 'MONEU' EN SU CUPAJE, UNA VARIEDAD RESCATADA Y PLANTADA EN LA HISTÓRICA FINCA MILENARIA DEL PENEDÈS, EL CASTELL DE LA BLEDA. UN COMPROMISO CON NUESTRO PASADO, PERO TAMBIÉN CON NUESTRO FUTURO.



Miguel Torres

Mireia Torres

MIGUEL Y MIREIA TORRES MACZASSEK, 3ª GENERACIÓN EN EL CASTELL DE LA BLEDA (PENEDÈS)



DESCUBRE MÁS SOBRE
EL PROYECTO TORRES & EARTH



MENSAJE EN UNA BOTELLA

MARÍA PILAR MOLESTINA

Etiqueta-emoción

Las emociones juegan un papel fundamental en el complejo proceso de toma de decisión de compra. Claramente, determinan las elecciones desencadenando resultados sorprendentes de los que pocas veces somos conscientes. Con el desarrollo de la neurociencia, empezamos realmente a conocer que nuestras decisiones están mucho más motivadas por el subconsciente y las emociones de lo que nos imaginamos o queremos admitir.

En este plano, lo que dispara las primeras impresiones/emociones de un vino es su etiqueta. Los tonos y los colores con los que juega, la forma, la tipografía y las imágenes, así como su textura, son imanes o repelentes que determinan nuestra elección. Todos estos aspectos de una etiqueta pueden tener un impacto poderoso en las percepciones espontáneas de los consumidores. El *vestido* de una botella puede ser muy determinante para sobresalir o pasar sin pena ni gloria en un lineal o expositor.

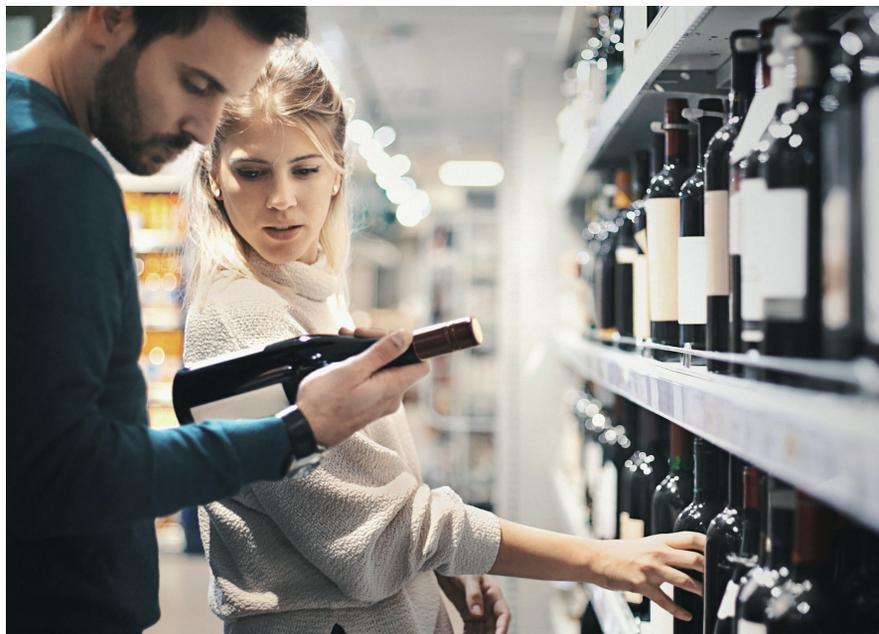
La importancia del impacto de una etiqueta se demuestra cada vez más decisiva en la decisión de compra. Es cierto que lo que se ha comunicado de una marca ayuda a los que ya saben algo o mucho de vino, pero para el segmento de consumidores no familiarizados con el vino, los compradores ocasionales o los principiantes sin información previa, la etiqueta es lo que siempre determina la compra. Y aquí entra en escena el tema de las emociones y las expectativas del consumidor.

En este último grupo de compradores, la neurociencia ha demostrado cosas curiosas como que si una persona espera beber un buen vino (por el aspecto de la etiqueta) eso es exactamente lo que degustará. Sus expectativas se ven cumplidas. Si la etiqueta es desenfadada y de tonos vivos, el consumidor potencial pensará que es un vino sin pretensiones para diario y lo beberá con ese ánimo. Si la etiqueta transmite seriedad y sobriedad, se entenderá que es un vino que requiere *entender* del tema, independientemente del precio que tenga (que, en el fondo, es otro mensaje de compra).

Si el vino es de bric o de *bag-in-box* el mensaje queda claro. Algo más confuso

es el mensaje que emite una lata o un tapón de rosca, pero ese es otro tema. Todo se complica cuando por el contrario la etiqueta no apela directamente a ningún estado de ánimo o sensación. El comprador se mostrará inseguro al no percibir información visual y su valoración del vino una vez probado, estará más en el lado negativo de la apreciación. La cues-

métodos científicos más poderosos (que suelen ser bastante diferentes de los enfoques comerciales) para entender mejor los comportamientos de compra. Cada vez son más conscientes de que despertar una emoción positiva a través de una etiqueta (en el caso del vino) es necesario para transmitir valores estratégicos en la mente del consumidor.



ción es que nuestro cerebro recibe múltiples informaciones que, juntas, llevan al impulso de compra. Y esto, sin haber siquiera probado el vino.

Mind Insights, es una organización científica, impulsada exclusivamente por profesores universitarios norteamericanos, que ha desarrollado y validado modelos basados en el conocimiento científico más avanzado y en tipos de

Hasta aquí, nada nuevo bajo el sol o que no hayamos podido intuir, pero su enfoque de análisis consiste en manipular los diversos elementos que componen la etiqueta de un vino, generalmente de uno en uno, eliminando la influencia de los otros elementos que componen la totalidad de la etiqueta, para ver qué peso tiene cada uno en nuestro cerebro. Esto, por lo visto, permite un análisis fiable de

MIRANDO AL FUTURO



la percepción del consumidor y allana el camino para obtener información valiosa sobre la forma en que funciona la mente ante un producto concreto.

Por ejemplo, en algunos estudios, el reducir ligeramente la saturación del color de una etiqueta aumentó la percepción de la calidad hasta en casi un 20 por ciento. En otro caso, el oscurecer los tonos, inmediatamente se relacionó con vino de más edad o crianza. Conclusión fácil: a mayor estridencia menos calidad o menos edad, según el caso.

A partir de ahora, se comprende –científicamente– que las diferencias sutiles que se dan en una etiqueta pueden ser decisivas en el comportamiento de compra de quien las percibe. Hay que hablarle directamente al subconsciente. Los estudios llegan a conclusiones tan aclaradoras como que el relieve en una etiqueta (estampación en seco con o sin color) despierta el sentido del tacto y la conexión con el producto se hace más cercana; las etiquetas troqueladas transmiten más personalidad ya que se salen de la estandarización;

A partir de ahora, se comprende –científicamente– que las diferencias sutiles que se dan en una etiqueta pueden ser decisivas en el comportamiento de compra de quien las percibe.

la utilización de tintas metalizadas (oro, plata, etc.) implican calidad o madurez, pero ojo, mal utilizadas pueden parecer viejunas o rancias y, así, la lista de conclusiones se hace casi interminable.

Si nos metemos, además, en el capítulo del papel de las etiquetas, jugamos con un nuevo lenguaje que implícitamente se refiere a sostenibilidad y responsabilidad ambiental. El papel de piedra, el de caña de azúcar o cualquier otro que implique un proceso de fabricación ecológico que no utilice agua ni emita gases tóxicos será bienvenido y se percibirá como más *eco-friendly* y contemporáneo. Son detalles que van a apreciarse a primera vista y nos hacen ir hacia un vino u otro antes de sacar nuestra listita de recomendaciones de prensa o de algún cuñado más enterado. ■

Sostenibilidad

Preservación del medio ambiente en temas de viticultura y elaboración, como característica presente en toda la cadena de valor.

Ecología

Llegar al objetivo del 100% de vino ecológico en la vendimia 2025. Variedades autóctonas: potenciar nuestro patrimonio vitivinícola y las variedades con buena adaptabilidad al cambio climático. Creación del sello "100x100 Xarel·lo" para poner en relieve esta variedad autóctona.

Territorio

Se establecen 10 zonas territoriales para dar a conocer la diversidad territorial de la DO Penedès y poner en valor su personalidad.

Categorización

Creación del Vi de Mas y el Gran Vi de Mas para potenciar la tradición y el potencial vitivinícola del Penedès a través de las fincas y masías donde históricamente se han elaborado grandes vinos.

CATEGORÍAS DO PENEDÈS



La nueva categorización de los vinos de la DO Penedès permiten poder explicar mejor la identidad, historia, territorio y calidad de los vinos Penedès.





RESERVA Y GRAN RESERVA

Clásicos pero menos

DESCARTADAS POR MUCHOS, LAS INDICACIONES DE ENVEJECIMIENTO, SOBRE TODO LAS DE RESERVA Y GRAN RESERVA, MANTIENEN UN AURA DE PRESTIGIO QUE LAS EQUIPARA CON CONCEPTOS COMO CALIDAD Y HACE QUE SE TOLEREN PRECIOS MÁS ALTOS. MIENTRAS MUCHOS RENUNCIAN A LAS INDICACIONES RESERVA Y, MÁS AÚN, GRAN RESERVA, POR LAS LIMITACIONES QUE IMPONEN, OTROS LAS REIVINDICAN Y MODERNIZAN LOS PERFILES DE LOS VINOS.

TEXTO: MARA SÁNCHEZ

Hace ahora justo un año que la riojana Asociación de Bodegas de Calidad (ABC) pedía al consejo regulador de la DOC Rioja que restaurase el valor que en origen tenían las categorías reserva y gran reserva. Dos tipos de elaboraciones que por definición, inicialmente, se asocian a un tipo y calidad de vinos que en la actualidad no se corresponden en algunos casos con eso que se espera de ellos a causa de los precios a los que se pueden encontrar en algunos lineales.

Dicho colectivo lo conforman casas que tienen vinos de los tipos reserva y

Una realidad que choca de lleno con “la búsqueda de la calidad y la defensa de la marca Rioja a través de una alta exigencia cualitativa a los productos amparados por ella”, añadían. Ante esto, apuntaban la necesidad de adoptar nuevas medidas para restaurar el valor, imagen y prestigio de los vinos reserva y gran reserva, y consideran imprescindible actuar cuanto antes para evitar el actual bajo posicionamiento de precios de estos vinos, importantes en la comercialización anual de Rioja.

Hay que recordar que las categorías de envejecimiento (crianza, reserva y gran reserva) surgen en los años ochenta

la cosecha no es muy buena, no los hacemos. En Rioja, reserva y gran reserva son marchamos de calidad, aunque es verdad que hay una cierta prostitución en su uso, pero es que ese buen uso depende mucho de las bodegas. También creo que el consejo regulador debería estar involucrado en dignificar ambas categorías, aunque no sé de qué forma”.

Lo que sí defiende es que deberían potenciarse mucho más “pues es algo único en el mundo del vino estando de acuerdo en que unos y otros son grandes vinos. Por supuesto hay otras elaboraciones con otras categorías que tienen una calidad excelente pero, como norma general y en la historia de Rioja, las grandes añadas y los grandes vinos riojanos han sido reserva y gran reserva, con el añadido de que yo no conozco crianzas o vinos jóvenes que tengan el nivel que tienen esos después de veinte años. Cualquier vino con 30 o 40 años que podemos disfrutar es seguro un reserva o gran reserva de Rioja y es lo que hace a este territorio especial y distinto. En mi opinión, esto es marchamo de calidad además de algo que sólo esta zona puede ofrecer, y creo que todo consumidor de Rioja entiende que esos son los grandes vinos”.

Hay que insistir en que la indicación de la crianza es una peculiaridad del vino español y que tan sólo refieren periodos de envejecimiento, si bien se ha acabado interpretando también como indicativo de calidad. Pero esto, a priori, nada tiene que ver ni se corresponde con la realidad. De hecho, algunos de los protagonistas actuales de la enología cuestionan tanto el uso de dichas categorías como esa asociación de ideas.

“Para mí no es, en absoluto, relevante la utilización de esas contraetiquetas. Soy de la opinión que cada vino, cada botella, se tiene que defender por sí solo en el mercado, independientemente de la figura que porte en su presentación. Las diferentes clasificaciones indican que el vino en cuestión ha permanecido unos tiempos determinados en bodega y botella que el consejo regulador establece pero, en ningún caso, debe suponerse que son vinos de calidad superior, ni inferior, a las bodegas que hemos optado por la contra genérica, en la que sólo se indica la añada. No es lo mismo



EN RIOJA, RESERVA Y GRAN RESERVA SON MARCHAMOS DE CALIDAD, AUNQUE ES VERDAD QUE HAY UNA CIERTA PROSTITUCIÓN EN SU USO.

JULIO SÁENZ

gran reserva entre sus elaboraciones y son consideradas de prestigio. Ahí están Castillo de Cuzcurrita, Martínez Lacuesta, Bodegas Miguel Merino, Muga, Viñedos del Contino, Gómez Cruzado, Valenciso, CVNE, La Rioja Alta, SA, Torre de Oña y Viña Real, a las que no hace mucho tiempo se ha sumado Valdemar. Todas miembro del Consejo Regulador de la DOC Rioja y de la Organización Interprofesional del Vino de Rioja (OIPVR), y coincidentes en el diagnóstico: “la notable degradación que en la actualidad padecen ambas categorías por el bajo posicionamiento de los precios”.

ta en Rioja, pionera tanto del control como de la certificación de la crianza en madera. Históricamente, el empleo de la bodega y las indicaciones relativas a los plazos de crianza llegan por influencia francesa bastante antes de que se creara la DOC Rioja; pasaron muchas décadas hasta que esos tiempos se regularon.

Edad no implica calidad

Julio Sáenz, director técnico de La Rioja Alta, lo explica de una manera muy clara. “Para nosotros ambas categorías son muy importantes porque las mejores uvas de las mejores añadas van destinadas a hacer estos vinos tan especiales; si

**CUALQUIER VIÑO
CON 30 O 40 AÑOS QUE
PODEMOS DISFRUTAR
ES SEGURO UN RESERVA
O GRAN RESERVA DE
RIOJA Y ES LO QUE HACE
A ESTE TERRITORIO
ESPECIAL Y DISTINTO.**



RESERVA Y GRAN RESERVA

SIGUEN SIENDO CATEGORÍAS MUY VALORADAS TANTO EN ESPAÑA COMO A NIVEL INTERNACIONAL. SON SINÓNIMO DE VINOS MADUROS, SUAVES Y AMABLES, Y LA BARRICA APORTA UN PLUS DE CALIDAD PARA EL CONSUMIDOR.



hablar de tiempos que hablar de calidad. Y hay muchos vinos en el mercado que cumplen esos tiempos pero hemos renunciado voluntariamente al uso de esas contraetiquetas". Quien así habla es José Manuel Pérez Ovejas, asesor enológico de las bodegas del grupo Juvé & Camps, al tiempo que dirige su propio proyecto en la Ribera del Duero, Dominio de Calogía.

Un reconocido profesional que fue el máximo responsable de los vinos de la bodega familiar Pérez Pascuas, donde elaboraban (y se sigue haciendo) reservas y grandes reservas. Pero como él mismo apunta, los tiempos han cambiado y con ellos también las filosofías de elaboración y el consumidor. "El empleo de esas categorías a veces responde a la forma de comercializar de cada bodega, a su clasicismo o a factores externos, con el objetivo de justificar el precio. Pero no es cierto que el mejor vino sea un gran reserva por el hecho de ser más viejo. Esta afirmación está desfasada y supone un anacronismo. No hace mucho he visto en un supermercado un vino de la Ribera del Duero gran reserva a un precio irrisorio. Me dio pena porque perjudica la imagen general de la denominación. Pero también es fácil comprobar que casi todas las grandes marcas de calidad de la zona llevan en sus botellas la contra de añada. Tenemos que pensar que el consumidor cambia en España y fuera de nuestro país; cata el vino y lo juzga por su calidad, sea de donde sea y lleve la contra que lleve", afirma Pérez Ovejas.

Información del consumidor

También es una realidad que son muchos los consumidores que todavía asocian calidad y prestigio con tiempo de permanencia en barrica. Lo que no resulta tan evidente es que ese consumidor tenga claro lo que conlleva hacer este tipo de elaboraciones para una bodega, incompatible con encontrar reservas a precios irrisorios. En el mismo sentido se manifestaba el colectivo riojano ABC, que considera intolerable que actualmente se estén comercializando, especialmente en los supermercados de muchos países, vinos reserva a precios más bajos que otros con crianzas inferiores.

Lo que ese público debería saber es que este tipo de vinos no suelen salir todos los años, principalmente cuando se habla de gran reserva. Se elaboran en las añadas que cada bodega considera excepcionales y a partir de una selección de sus mejores uvas. Después llega el trabajo con las barricas y los muchos meses durante los que esos vinos van a estar inmovilizados en la bodega. Condicionantes que influyen en el precio final y por lo que resultan incomprensibles algunos de los que se ven en los lineales.

Cabe insistir en que no son referencias de mayor o menor calidad, que no de-

niendo un posicionamiento de precio adecuado a la categoría y educando a los consumidores en la elaboración, el conocimiento y en el disfrute de este perfil de vinos". Por su parte, José Manuel Pérez Ovejas denuncia que, en ocasiones, "se ha usado y abusado de estas figuras restándoles credibilidad. Ha pasado en Ribera y en otras denominaciones de origen. No resulta fácil, a estas alturas, dignificar su valor cuando en algunas ocasiones se ha prostituido. No es la mejor imagen que se puede trasladar cuando un gran reserva está a menos de 15 euros de PVP. Algo está fallando en el sistema".



HAY QUE REVALORIZAR EL PRODUCTO, MANTENIENDO UN POSICIONAMIENTO DE PRECIO ADECUADO A LA CATEGORÍA Y EDUCANDO A LOS CONSUMIDORES EN LA ELABORACIÓN, EL CONOCIMIENTO Y EN EL DISFRUTE DE ESTE PERFIL DE VINOS.

EMILIO SOJO

pende exclusivamente de la crianza, sino de una política de precios que parece injustificable si bien es respetable como decisión empresarial. Llegados a este punto, sí se podría coincidir en una conclusión: los reserva y gran reserva más económicos suelen ser los que aparecen con la añada más actualizada, es decir, los que cumplen con puntualidad los tiempos mínimos que marca su consejo regulador para poder salir a la venta.

A este respecto, Emilio Sojo, enólogo de la centenaria Bodegas Riojanas, en la que más del 60 por ciento de su producción son reserva y gran reserva, dice que "hay que revalorizar el producto, mante-

Certificar la calidad

La Asociación de Bodegas de Calidad (ABC) propone una serie de exigencias para los riojas reservas y grandes reservas en pro de certificar unos mínimos estándares de calidad "así como unos ciertos requisitos de honestidad". Esa propuesta se resume en tres puntos: el requisito de la doble calificación, con lo que cada vino sea sometido a un análisis físico-químico y organoléptico, que deberá ser verificada por el consejo regulador antes de que salgan a la venta; que la bodega embotelladora (o sociedad del mismo grupo) sea quien elabore y críe el vino, al menos en un alto

porcentaje, además de exigir una relación entre el número de barricas de la bodega y las botellas comercializadas; y aumentar el tiempo de permanencia en el botellero, de los reservas, hasta un año (por el momento el mínimo son seis meses).

Conocido esto, hemos contactado con, Begoña Jiménez, portavoz de esa asociación, quien asegura que, hasta la fecha, no ha habido ningún cambio al respecto. “Es verdad que en el consejo regulador son conscientes de que es un problema que hay que resolver. Pero mientras a nosotros nos preocupa sobre todo el desfase que existe entre la calidad que se

de esas etiquetas y optan por salir como genéricos, con indicación de la cosecha y poco más. Primero, porque su uso es opcional; después, por lo mucho que condiciona el proceso de elaboración. Pero tampoco se puede negar que identificarse como reserva o gran reserva ayuda mucho a la hora de posicionar los productos en el mercado; sobre todo los de Rioja y algo o bastante menos los de Ribera del Duero.

Del resto de zonas no son tantos si bien es verdad que manchegos, navarros y unas pocas elaboraciones catalanas sí recurren a indicarlo cuando se trata de crianzas más largas o muy largas, esto

hace 25 o 30 años, pero ya no es así. Ahora es más valiosa, como orientación, la información que muchas bodegas detallan en la parte posterior de sus vinos: uvas, edad del viñedo, altitud, tipo de roble, tiempo de crianza...”.

Términos legales

Pero además está el hecho de que cada consejo regulador decide cuáles son esos periodos mínimos y no son iguales en las distintas denominaciones, tanto en lo que respecta al tiempo en barrica como a los meses de reposo en botella. Incluso en la DO Navarra se reguló la edad de las barricas. Y es normal porque las particularidades de cada zona también influyen, de ahí que no sólo el tiempo de envejecimiento sea suficiente a la hora de calificar o clasificar un vino. No obstante, la Ley 24/2003, de 10 de julio, de la Viña y del Vino intentó unificar criterios a la hora de esa clasificación pero fracasó, aunque permanecen a título orientativo y se asemejan a lo que se viene practicando.

Con unas horquillas tan amplias se da cobertura a elaboraciones de muy diversa índole y calidad, y con ello a un conflicto de intereses. Porque en estos periodos de tiempo tan importante es el paso por barrica como los meses de reposo en el botellero, un paso que muchos cumplen por la mínima. En cualquier caso, a modo de cierre, en Rioja los reservas y grandes reservas siguen siendo una de sus importantes señas de identidad y es por eso por lo que están intentado protegerlas.

Como apunta el enólogo de Bodegas Riojanas, Emilio Sojo, “siguen siendo categorías muy valoradas tanto en España como a nivel internacional. Son sinónimo de vinos maduros, suaves y amables, y la barrica aporta un plus de calidad para el consumidor. Y tampoco debemos perder de vista que no todas las regiones pueden producir uvas aptas para su elaboración, requieren condiciones naturales determinadas, suelos que aporten un soporte de acidez para resistir el paso del tiempo. Aunque su estilo se ha ido actualizando (hoy tienen más color, más intensidad, graduación y concentración), mantienen intactos sus rasgos tradicionales: elegancia y sofisticación”. ■



PARA MÍ NO ES, EN ABSOLUTO, RELEVANTE LA UTILIZACIÓN DE ESAS CONTRAETIQUETAS. SOY DE LA OPINIÓN QUE CADA VINO, CADA BOTELLA, SE TIENE QUE DEFENDER POR SÍ SOLO EN EL MERCADO. NO ES LO MISMO HABLAR DE TIEMPOS QUE HABLAR DE CALIDAD.

JOSÉ MANUEL PÉREZ OVEJAS

enarbola hablando de reserva y gran reserva y los bajos precios a los que se comercializan, desde el consejo apuestan por revisar los requisitos de todas las categorías. No obstante no perdemos la esperanza y lo seguimos planteando en cada pleno”.

Corsé temporal

Igual que son muchas las bodegas riojanas que continúan apostando por identificar sus elaboraciones con las distintas categorías en función del tiempo de crianza, pues forma parte del ADN de la zona y de su historia, son también numerosas las que se han ido despojando

es gran reserva. En el caso de Cataluña es llamativo que la renuncia a esas indicaciones en los vinos tranquilos vaya paralela a su reivindicación como argumento de calidad en los cavas.

Estas indicaciones son para José Manuel Pérez Ovejas información “prescindible e innecesaria para el consumidor. Es respetable la política comercial de cada bodega pero el mundo del vino es muy dinámico y tenemos que pensar en los nuevos consumidores, que saben bien que un gran reserva no es necesariamente el vino de más alta calidad por tener más de cinco años desde su elaboración. Esto lo pensaba el consumidor

+

A
F

Aula de Formación de la DOCA Priorat,
donde la tierra es el origen



www.doqpriorat.com

DOQ Priorat, c. Major, 2, 43737 Torroja del Priorat (Tarragona)
Síguenos en las redes sociales: @@doq.priorat @doqpriorat





Campo de Borja

Una veta en el Moncayo

LAS VIEJAS VIÑAS DE GARNACHA DE LAS LADERAS DEL MONCAYO SON UNA MINA AÚN POR EXPLOTAR EN TODA SU ENORME DIMENSIÓN. EXPUESTAS A UN CLIMA EXTREMO, REGADAS POR EL SUDOR DE GENERACIONES DE MODESTOS CAMPESINOS, ENCIERRAN VALORES DE CALIDAD QUE APENAS SE EMPIEZAN A ADIVINAR. COMO OCURRE CON FRECUENCIA, LOS FORASTEROS MUESTRAN TENER MEJOR PERSPECTIVA QUE LOS NATIVOS.

TEXTO: A PROENSA

Campo de Borja cobró cierto relieve en los años ochenta, al mismo tiempo que despejaba la DO Somontano, apuesta de vanguardia de las administraciones regionales que contrastaba de forma casi violenta con el resto de las zonas vinícolas de Aragón. En la comarca oscense estaba casi todo por hacer; en el resto había que afrontar las difíciles circunstancias habituales en las zonas dominadas por unas empobrecidas cooperativas. Una partía de cero, otras de menos de cero. Campo de Borja adelantó como una centella a Cariñena, la más famosa de la región y uno de los nombres de vino más reconocidas de España, y fue una de las elegidas por empresas innovadoras. Tal vez no haya aprovechado en debida forma esa inercia favorable.

En el inicio de su modernización se echó imaginación: en lugar de crear cooperativas de segundo grado, dedicadas a la comercialización de una o varias cooperativas, se inició un proceso de concentración de las existentes para después crear una sociedad anónima que tuviera a las cooperativas como accionistas, junto al gobierno autonómico y las cajas de ahorro regionales.

Campo de Borja mostró diligencia al adoptar ese modelo y así nacieron dos



grandes bodegas. Bodegas Borsao se fundó en 2001 a partir de la cooperativa de Borja, que había sido pionera en una incipiente puesta al día de instalaciones y perfiles de los vinos, fusionada con las de Tabuena y Pozuelo. Bodegas Aragonesas nació en 1984 como cooperativa de

segundo grado para comercializar los vinos de la cooperativa de Fuendejalón; en 1994 se transformó en sociedad anónima y amplió con la incorporación de la cooperativa de Magallón y el Instituto Aragonés de Fomento, que participó en varias iniciativas similares de concentra-



ción y transformación en sociedad anónima. Después ha buscado desprenderse de esas participaciones accionariales, en una especie de final de patrocinio, pero parece que sólo lo hizo en Somontano, donde vendió a Bodegas Barbadillo su participación en Bodega Pirineos, creada a partir de la Cooperativa Somontano de Sobrarbe, de Barbastro.

Reconversión fatal

En paralelo a ese proceso se apoyó la reconversión del viñedo. Muchas de las viejas viñas de Garnacha y de otras variedades, con frecuencia mezcladas, cultivadas en vaso en parcelas de puro secano, fueron sustituidas por modernos viñedos de regadío plantados en espalderas con las llamadas *variedades mejorantes*, sobre todo Cabernet Sauvignon y Merlot pero también Tempranillo, que nunca dieron prestaciones de extraordinaria calidad y en la actualidad algunos no saben qué hacer con ellas. Más adelante llegaría la Syrah, que sí está dando resultados más satisfactorios.

Y sobrevivió la sufrida Garnacha, en parte porque las bodegas mantenían sus mercados tradicionales, los de los vinos vendidos a granel (magníficos graneles, generosos en color, cuerpo y grado, y más aún en precio) y en parte no menor

porque los viticultores no podían permitirse la inversión en arranques y nuevas plantaciones o porque las parcelas eran tan pequeñas que no resultaba rentable la operación. Gracias a esos factores, sín-



Tierra de Garnacha

Los libros sitúan la cuna de la uva Garnacha en el valle del Ebro. El Moncayo, cima emblemática para toda la región y mojón para establecer fronteras históricas de los reinos de Aragón, Navarra y Castilla, pudo ser uno de los puntos de partida para la expansión de esa variedad de uva. En la DO Campo de Borja supone más de la mitad del total (algo menos del 53 por ciento), con 32.265 hectáreas, a pesar de la pujanza actual de Syrah, que ya es la segunda con el 14 por ciento del total, y de la pretérita de Tempranillo (11 por ciento), Cabernet Sauvignon (8,5 por ciento) y Merlot (casi el 6 por ciento). Una docena de variedades se reparten el resto, menos del 10 por ciento del total. En esas minoritarias están las blancas Chardonnay, Viura, Moscatel (de Grano Menudo y de Alejandría), Garnacha Blanca, Verdejo, Sauvignon Blanc y Viognier, y las tintas Garnacha Tintorera, Caladoc (mezcla de Malbec y Garnacha), Cariñena y Marselan (mezcla de Garnacha y Cabernet Sauvignon).

tomas de una zona deprimida, se conservaron buena parte de las viñas viejas.

Muchas se perdieron, arrasadas por el envejecimiento de la población, la emigración de las nuevas generaciones, el abandono y las ayudas europeas al arranque de viñedo. Y aún se siguen perdiendo, a pesar de que los precios de esas viñas son muy atractivos. Sin embargo, otras fueron acaparadas por nuevos proyectos, en particular los de Jorge Ordóñez, importador de vinos españoles en Estados Unidos, que exploró y explotó las viñas de las estribaciones del Moncayo, las de Campo de Borja y Calatayud, y Gil Family, que llegaron aliados con el comerciante malagueño para luego continuar por separado. Ambos proyectos, Bodegas Morca y Bodegas Alto Moncayo, son emblema de modernidad en la zona.

En contra de lo que se puede pensar a causa de ciertas condecoraciones autoimpuestas, no fueron esos inversores foráneos los *descubridores* de la Garnacha del Moncayo. Tienen el mérito no baladí de saber leer el potencial de la zona, de abrir nuevas perspectivas comerciales a sus vinos, sobre todo en exportación, y de renovar a fondo la imagen externa de los vinos, además de comprar y rescatar



del abandono viejas viñas de montaña. Por esas laderas trepaban técnicos locales que, de grado o empujados por la situación de la zona, sí sabían del potencial de la producción autóctona. Gentes como Teodoro Pablo, enólogo de la Sociedad Cooperativa Agrícola de Borja, antecedente de la actual Bodegas Borsao, y luego fichado por Bodegas Aragonesas, o Fernando Bordejé, titular de una bodega familiar desaparecida después de una de tantas luchas fratricidas, ya mostraron el potencial de lo autóctono incluso en los tiempos en los que parecía que la invasión de las variedades foráneas, incluida en este caso la Tempranillo, iba a arrasar con todo.

Manejar la Garnacha

Teodoro Pablo sostenía que la Garnacha es una variedad “muy grande, lo que pasa es que no la sabemos tratar”. Cabe añadir que tampoco las bodegas estaban técnicamente equipadas para darle el trato delicado que requiere. En el momento que se intervino en ese aspecto, en principio con lo mínimo (equipos de frío, revestimiento de los viejos depósitos de hormigón y poco más), se comenzaron a cosechar satisfacciones.



Los primeros Borsao, los primeros Coto de Hayas o el más veterano Bordejé Don Pablo fueron marcas en las que ya empezaba a asomar el potencial de esas viejas viñas. El filón estaba ahí, pero só-

lo asomaban algunas vetas. Además, no eran joyas evidentes sino una materia prima excepcional que es necesario hacer pasar por el crisol y luego pulir y abrillantar. Esa fase de refinado es la que todavía está en proceso. Los brillos incipientes atrajeron a emprendedores como Jorge Ordóñez, que entró en alianza con Bodegas Borsao pero no se instaló en la zona con bodega nueva; marchó a la vecina DO Calatayud. Llegó la familia Gil, pero ellos sí fundaron bodega, Bodegas Morca; después el propio Ordóñez pondría en marcha Bodegas Alto Moncayo.

Era la época de los vinos-mermelada, la reacción a los duros tintos sustentados en Cabernet-Sauvignon. Se repudiaban los taninos rudos y se ensalzaban los vinos directos, poderosos, los tintos de la sobremaduración y su grado alcohólico desbocado y sin complejos, de la sobreextracción para dar vinos negros pero también para disolver en el vino elementos de las pepitas, y del castigo con barricas nuevas muy estufadas, que daban ese inconfundible olor de café torrefacto.

Campo de Borja y sus viejas viñas de Garnacha era generosa para conceder lo que se buscaba: materia colorante y cuerpo para dar y tomar, estructuras poderosas y riqueza alcohólica que a veces no era posible desdoblar en la fermenta-

Garnachas históricas

Campo de Borja se está significando como defensora de la variedad Garnacha, que consideran elemento fundamental de su patrimonio. En la zona se cultiva alrededor del cinco por ciento de las 60.000 hectáreas de Garnacha que se contabilizan en España. Algo más de la cuarta parte de las 3.265 hectáreas de Garnacha de la comarca tienen más de 30 años y se cultivan en pequeñas parcelas de poco más de media hectáreas por término medio. Reducidas explotaciones que están amenazadas: un goteo de abandono y arranque de viñedo reduce la presencia de estas auténticas joyas de la viticultura.

El proyecto Garnacha Histórica ha reunido a las tres mayores bodegas de la DO Campo de Borja (Bodegas Ainzón, Bodegas Aragonesas y Bodegas Borsao, que suman más del 95 por ciento del viñedo de la zona), a las universidades de Zaragoza y Pública de Navarra y al consejo regulador de la DO Campo de Borja. Van a trabajar en dos líneas: por un lado, establecer un método para calcular la edad real de las viñas; por otro, explicar las razones por las que los vinos procedentes de las viñas más viejas muestran mayor capacidad de envejecimiento que los procedentes de nuevos plantones.



Vinos en transición

La historia reciente de la DO Campo de Borja refleja un movimiento constante de transición. En una etapa primera se buscó el refinamiento de los vinos a partir de la reconversión del viñedo y de la modernización de los equipamientos técnicos de las bodegas. La uva Garnacha, mayoritaria en los años ochenta en una proporción de siete a tres, se vio acompañada de otras, se perdieron muchas viñas viejas de ladera y se plantaron modernos viñedos en espaldera, con riego por goteo, para dar unos vinos que se acercaban a la modernidad y dieron brillo al nombre de Campo de Borja. Como es normal, no fue un cambio a paso de desfile. Hubo distintos ritmos y algunas bodegas avanzaron mientras otras quedaron en los viejos estilos. Lo mismo ocurrió en etapas posteriores, cuando la llegada de nuevos proyectos alumbró un perfil de vinos que se acercaban al estilo de los del Nuevo Mundo vinícola, pastosos, de intenso color, mucho cuerpo y mucho grado, con marcada presencia de los recuerdos de madera nueva estufada. Mientras, muchos de los nombres que protagonizaron la primera etapa se fueron deslizando hacia parámetros más comerciales, más ligeros de cuerpo y grado y con protagonismo de la crianza en barrica. También algunas bodegas se han mantenido fieles a esos estilos.

En la actualidad se gira hacia un perfil de mayor frescura y equilibrio. Ya con la Garnacha como protagonista de las gamas de prestigio de las bodegas, con la Syrah al alza y con la recuperación de algunas autóctonas, como Cariñena o Garnacha Blanca. Las Tempranillo, Merlot y Cabernet Sauvignon cotizan claramente a la baja. Se podría decir que la transición actual se dirige en dos direcciones. La principal busca aligerar grado y cuerpo, con riesgos como la aparición de verdores por el adelanto de vendimias o la presencia, ominosa a veces, de la barrica, más destacada en vinos más ligeros. La otra es esa modernidad de lo ecológico y los llamados *vinos naturales*, incluso los de cero sulfuroso añadido, en general con los resultados poco atractivos habituales en esos vinos *hippies*. Y una curiosidad: se cataron medio centenar de vinos tintos y sólo uno, un *crianza*, tenía indicaciones reglamentarias de envejecimiento.

EN LA ACTUALIDAD SE GIRA HACIA UN PERFIL DE MAYOR FRESCURA Y EQUILIBRIO. YA CON LA GARNACHA COMO PROTAGONISTA DE LAS GAMAS DE PRESTIGIO DE LAS BODEGAS, CON LA SYRAH AL ALZA, Y CON LA RECUPERACIÓN DE ALGUNAS AUTÓCTONAS, COMO CARIÑENA O GARNACHA BLANCA.

La cata



Prados Privé '20

PAGOS DEL MONCAYO.
SYRAH; 12 MESES EN BARRICAS DE ROBLE FRANCÉS.
4.293 BOTELLAS. 32 €.

95 Con carácter, fino, fresco. Bien ensamblado en la nariz, con base frutal de madurez y tonos balsámicos, crianza bien integrada, fondo mineral. Con peso en la boca, carmoso y un punto graso, taninos de calidad, sabroso, amplio.



Morca '20

BODEGAS MORCA.
GARNACHA; 12 MESES EN BARRICAS NUEVAS DE ROBLE FRANCÉS. 11.680 BOTELLAS. 30 €.

92 Le cuesta abrir en la nariz pero tiene cierta complejidad y bien marcado carácter varietal; tonos frutales, florales y minerales, toques especiados y de roble nuevo. Bien armado en la boca, carmoso, sabroso, vivo, amplio, largo.



Godina '20

BODEGAS MORCA.
GARNACHA; 15 MESES EN BARRICAS DE ROBLE FRANCÉS.
46.750 BOTELLAS. 15 €.

90 Consistente, bien expuesto, con algunas puntas tánicas y de roble. Aromas de fruta roja muy madura, tonos florales y finos especiados, notas balsámicas y minerales. Buen equilibrio, madera presente, buena acidez, sabroso, largo.



Syrah de Prados '21

PAGOS DEL MONCAYO.
GARNACHA; 8 MESES EN BARRICAS DE ROBLE AMERICANO Y FRANCÉS. 8.450 BOTELLAS. 17 €.

90 Amplio y con carácter, goloso, grato. Nariz directa, muy limpia y frutal, con notas discretas de buen roble (especies, madera blanca) sobre base neta de fruta madura, toques florales. Bien armado, con cuerpo, fresco, sabroso, frutal.



Alto Moncayo Veratón '20

BODEGAS ALTO MONCAYO.
GARNACHA; 16 MESES EN BARRICA.
60.000 BOTELLAS. 23 €.

89 Bien definido en un estilo Nuevo Mundo. Protagonismo de aromas de fruta roja muy madura y barrica nueva, notas balsámicas y un toque lácteo. Sin excesos de cuerpo, relieve tánico y de roble algo marcado, sabroso, amplio en aromas.



Garnacha de Prados '21

PAGOS DEL MONCAYO.
GARNACHA; 8 MESES EN BARRICAS DE ROBLE AMERICANO Y FRANCÉS. 32.700 BOTELLAS. 17 €.

89 Expresión varietal bien tratada por la crianza. Aromas finos de fruta roja madura, tonos florales, minerales y especiados. Correcto equilibrio, con cuerpo y algo cálido, relieve tánico de calidad, sabroso, expresivo en aromas, largo.

ción a pesar de intervenir levaduras blindadas, capaces de actuar en entornos alcohólicos de 16 grados o más, que son tóxicos para las que viven en la mayor parte de las zonas vinícolas.

La gloria de ese perfil de vinos, que aún esta vigente en bastantes zonas, fue efímera. Sin embargo, llegó la etapa feliz de la uva Garnacha, precisamente como contrapunto a esos vinos pastosos. Y Campo de Borja, que es promotor de *Garnachas Históricas Project*, iniciativa destinada a la conservación de esos viñedos viejos de Garnacha, es un reservorio de la variedad y atesora todo un catálogo de clones que apenas se han comenzado a estudiar.

Zonificación por altura

El cambio es fundamental. Todavía es una gran desconocida pero ya ha desbancado en gran medida a las variedades foráneas mal adaptadas. La que da mejores prestaciones, que es la Syrah, sale poco a poco de su papel de variedad de complemento en una época en la que se mira a las autóctonas, aunque haya que rescatar en las viñas más viejas cepas aisladas de variedades que estén en trance de desaparición.

Es significativo que los enólogos miren a la Garnacha y se diría que toorean como pueden con las uvas invasoras. El añora-



do Teodoro Pablo, pionero en el uso de uvas foráneas y también de la reivindicación de la Garnacha, se frotaba las manos cuando su bodega, la cooperativa de Borja, sumó las viñas de otras cooperativas, en especial las de Tabuena. Es la zona que el enólogo consideraba privilegiada, con viñas de montaña que aportarían frescura y carácter a los vinos.

Era un anticipo, basado en el conocimiento empírico de los campesinos, de la zonificación que hoy se maneja en la DO Campo de Borja. Se distinguen tres áreas, diferenciadas fundamentalmente por la altitud. La *zona alta* (Somontano del Moncayo) es la franja occidental de la DO Campo de Borja, con Tabuena, Ambel y Vera de Moncayo como municipios principales; aquí, a una altitud de 600 a 900 metros sobre el nivel del mar, se cultivan 750 hectáreas de viñedo, el 12 por ciento del total de la denominación de origen, que suma 6.194 hectáreas inscritas en los registros del consejo regulador.

Borja, Ainzón y Fuendejalón forman la *zona media*, que acumula el 56 por ciento del viñedo (3.550 hectáreas), en terrazas situadas a entre 450 y 600 metros sobre el nivel del mar. En la franja oriental, la *zona baja* (Ribera del Ebro), Agón, Magallón y Pozuelo de Aragón cuentan con el 32 por ciento del viñedo de Campo de Borja (2.100 hectáreas), a entre 300 y 450 metros de altitud. Es la zona más seca, con unos 350 mm de precipitación anual mientras que en las laderas del Moncayo se pueden alcanzar los 450. Suelos pobres, pedregosos y ricos en cal activa terminan de dibujar un panorama de clara vocación vitícola y olivarera, los rasgos a conservar de la barrera que defiende de la desertización. ■





Alto Moncayo '20

BODEGAS ALTO MONCAYO.
GARNACHA; 20 MESES EN BARRICA.
40.000 BOTELLAS. 34 €.

88 Muestra la lucha entre la fruta y la madera. Aromas frutales de madurez y balsámicos, fondos minerales (hierro, fósforo) y de madera de calidad. Con cuerpo y centro carnoso, puntas de roble nuevo, sabroso, amplio, punto goloso.



Flor de Morca '21

BODEGAS MORCA.
GARNACHA; 6 MESES EN BARRICAS DE ROBLE FRANCÉS.
88.000 BOTELLAS. 8 €.

87 De amplio espectro, bien diseñado. Aromas frutales y de crianza en buena relación para un conjunto sencillo; fondo mineral (hierro). Taninos firmes pero con paso amable, centro carnoso y un punto goloso, carácter frutal en aromas.



Zarihs de Shiraz '19

BODEGAS BORSAO.
SYRAH; 12 MESES EN BARRICA.
50.000 BOTELLAS. 14,50 €.

87 Tinto cosmopolita, con atractivo aunque le falta carácter de zona. Aromas frutales, florales y minerales algo entorpecidos por la madera de calidad. Con prestancia en la boca, equilibrado, carnoso, algunas puntas tánicas, sabroso.



Tres Picos '20

BODEGAS BORSAO.
GARNACHA; 5 MESES EN BARRICA.
150.000 BOTELLAS. 15 €.

86 Se deja ver el roble pero parece que en vías de imponer la fruta. Los rasgos frutales son muy finos, con notas de frutas rojas en sazón, flores azules y mineral de hierro. Buen equilibrio en la boca, cuerpo medio, sabroso, vivo.



Prados Fusión '21

PAGOS DEL MONCAYO.
GARNACHA Y SYRAH.
63.000 BOTELLAS. 10,25 €.

84 Un toque de reducción (que se disipa con oxigenación) afea el conjunto. Aromas sencillos de fruta roja muy madura, toques florales y minerales (hierro). Con relieve en la boca, taninos algo duros, carnoso, sabroso, fresca frutal.



Cabriola by Borsao

BODEGAS BORSAO.
GARNACHA, SYRAH Y MAZUELA; 12 MESES EN BARRICA.
25.000 BOTELLAS. 11 €.

83 Tinto de amplio espectro, correcto. Aromas de crianza (especies) y de fruta roja madura (cassis, grosella, cereza), dejes florales; mediana intensidad. Ajustado equilibrio, fresca acidez, puntas tánicas y de roble, bien dotado de sabores.



Coto de Hayas Garnacha Centenaria '21

BODEGAS ARAGONESAS.
GARNACHA; 4 MESES EN BARRICAS NUEVAS DE ROBLE FRANCÉS. 250.000 BOTELLAS. 10 €.

82 Un buen vino encerrado en un cajón de madera. La barrica nueva domina en las fases aromáticas y caben dudas sobre su asimilación futura. El vino es fresco, equilibrado en acidez y grado, sabroso y con apuntes frutales tímidos.



Senda de Hoyas '20

BODEGAS ROMÁN.
GARNACHA; 6 MESES EN BARRICAS DE ROBLE FRANCÉS Y AMERICANO. 20.000 BOTELLAS. 8 €.

82 Fruta y barrica en cierta pugna, tanto en la nariz como en la boca. Nariz de corte comercial pero con cierto empaque, sobre todo en la vertiente frutal. Equilibrio en cuerpo medio, sale la madera pero al final se impone la fruta.



Coto de Hayas '21

BODEGAS ARAGONESAS.
GARNACHA Y SYRAH.
400.000 BOTELLAS. 4 €.

80 Fruta madura bien expuesta. Nariz directa aunque no muy intensa, con recuerdos de frutas rojas maduras, toques de flores azules; sencillo y grato. Cuerpo medio, cierto relieve tánico y alguna nota vegetal, ligeramente cálido.

SE PODRÍA DECIR QUE LA TRANSICIÓN ACTUAL SE DIRIGE EN DOS DIRECCIONES. LA PRINCIPAL BUSCA ALIGERAR GRADO Y CUERPO, CON RIESGOS COMO LA APARICIÓN DE VERDORES POR EL ADELANTO DE VENDIMIAS O LA PRESENCIA, OMINOSA A VECES, DE LA BARRICA, MÁS DESTACADA EN VINOS MÁS LIGEROS.

Desarrollo de un proyecto vinícola

EL CAMINO DEL VINATEIRO I

AUNQUE LOS ACTUALES TIEMPOS NO ESTÁN PARA MUCHAS AVENTURAS, EXISTEN VALIENTES QUE PUDIERAN PENSAR EN DESARROLLAR UN PROYECTO VITIVINÍCOLA PARA ELABORAR VINO DE CALIDAD. ESTE REPORTAJE ES PARA ELLOS O PARA AQUELLOS QUE EN ESTOS MOMENTOS SE ENCUENTREN INMERSOS EN ESTE COMPLEJO PROCESO Y CREAN CONVENIENTE COMPLETARLO DE UNA FORMA MÁS SATISFACTORIA. CON ESTE ARTÍCULO NUESTRA INTENCIÓN ES TRATAR DE ORIENTAR SOBRE LAS ETAPAS A DESARROLLAR Y LAS DECISIONES MÁS ADECUADAS QUE SE DEBEN TOMAR PARA, EN LA MEDIDA DE LO POSIBLE, LIMITAR LAS EQUIVOCACIONES, QUE SUELEN LLEVAR CASI SIEMPRE A CONSECUENCIAS QUE PUEDEN SER SERIAS.

Advertimos que éste no es un camino fácil, ni tampoco rápido, en el que resulta importante disponer de cierta capacidad financiera, cuya cuantía dependerá del tamaño del proyecto a abordar, así como también del tiempo marcado en su desarrollo. Normalmente a mayor velocidad se necesita una mayor inversión y viceversa.

Todo proyecto debe llegar a ser rentable en un razonable plazo de tiempo, por lo que la vertiente económica siempre debe estar presente en todo su desarrollo, incluso también en el diseño del mismo antes de iniciarlo. Nuestra experiencia de más de cuarenta años en el mundo del vino, colaborando en numerosos proyectos vitivinícolas, nos dice que en una primera etapa todo son ilusiones y buenas intenciones, para después pasar por momentos de desánimo y a veces de desesperación. Es importante no desfallecer para conseguir la meta propuesta, siempre que el proyecto esté bien planteado y bien desarrollado desde un principio.

De todas las piezas del proyecto, que deben encajar como un puzle o rompecabezas, la comercialización es quizás la más importante y en ella en un

principio no se suele pensar demasiado. Personalmente, muchas veces me he encontrado con esta situación, donde el propietario o promotor, aún con suficientes recursos económicos, se le comenta a priori sobre las necesidades y dificultades comerciales, y bastantes veces recibo la misma respuesta: “no te preocupes, yo soy empresario y sé lo que hay que hacer para vender”. Nada más lejos de la realidad. La comercialización de un vino desconocido es de una gran complejidad y dificultad, y nada tiene que ver con el resto del mundo empresarial por la especificidad del sector vitivinícola y su enorme competitividad.

Dicho lo anterior, a continuación vamos a exponer de forma cronológica, los pasos a seguir desde un principio. No siempre necesariamente se debe seguir este orden, que puede ser alterado en la búsqueda de una mayor rapidez en el desarrollo del proyecto o bien cuando los recursos económicos son limitados, tal y como comentaremos más adelante.

Para entender bien este concepto, imaginemos que todas las actuaciones a desarrollar comienzan en el viñedo y terminan con la comercialización del

vino, cerrando de este modo una circunferencia en la que se puede iniciar el proyecto en cualquier punto de la misma para seguir hacia delante en el sentido que marca la lógica ruta circular.

EL PROMOTOR

Antes de embarcarse en un proyecto de esta naturaleza, el propietario o promotor, llamémoslo así en adelante, debería conocer con el mayor detalle posible los pasos que debe seguir; debe redactar un proyecto escrito, preciso y documentado, donde se detallen las necesidades de cada etapa o actuación, así como su tiempo de desarrollo mediante un cronograma, para llegar al final a una valoración económica y, por supuesto, un necesario y conveniente estudio de rentabilidad. Cuando antes hemos citado que todas las piezas del rompecabezas deben encajar, nos referimos a que todas las actuaciones deben estar enlazadas y coordinadas para buscar el camino más recto entre la línea de salida y la meta o línea de llegada.

Aunque parezca algo obvio, en primer lugar el promotor debe tener una idea más o menos clara de lo que quiere. Y esto no siempre es fácil. Es decir,



en qué entorno se desea mover, respecto del estilo de vino, zona productora, segmento de precio, etcétera. Dicho de una forma más entendible, en qué división desean jugar. Y para ello, en vez de ir dando tumbos, escuchando opiniones o consejos a veces acertados y otras falsos o interesados, lo mejor es consultar con un asesor especializado en estos asuntos, que se supone que le va a aconsejar de forma independiente y profesional.

EL ASESOR

Este profesional deberá tener un conocimiento *renacentista* del mundo del vino, es decir, poseer una experiencia suficiente sobre todos o casi todos los aspectos que contiene el desarrollo de un proyecto vinícola de principio a fin. No necesariamente debe ser especialista en un tema concreto, pero sí tener la facultad de conocer a otros más especializados en el mismo y, por tanto, aconsejar su contratación.



En este sentido, un aspecto también fundamental es decidir sobre el tamaño del proyecto a desarrollar, que estará íntimamente ligado a cuestiones económicas que son poco *poéticas*, pero necesarias para conocer el nivel de inversión, tesorería, rentabilidad, etcétera, ya que siempre un proyecto deber ser necesariamente rentable.

LA ZONA VITÍCOLA Y EL VIÑEDO

Normalmente, los promotores suelen tener preferencia por una determinada zona productora, bien porque su domicilio se encuentre en esta zona, porque posean viñedos en su pueblo o por cualquier otra causa que le ligue a un entrono vitivinícola. En este sentido, el asesor le deberá

informar sobre las bondades y dificultades de la zona en cuestión y, sobre todo, ser honrado y exponerle las dificultades a las que nos hemos referido en párrafos anteriores, cosa que por desgracia a veces no ocurre.

La singularidad vitícola y por lo tanto de los vinos elaborados, suele jugar un papel de primera importancia. Sin duda, facilita de forma notable el conocimiento y difusión del vino en los medios especializados y, a la postre, en la comercialización del vino. Siempre resulta mejor partir de viñedos ya establecidos con el propósito de acortar el tiempo de desarrollo del proyecto. Esto no impide que se pueda pensar en realizar nuevas plantaciones, siempre que resulte de interés algún aspecto vitícola, como el establecimiento de una determinada variedad de uva que sea novedosa, o bien cuando sea necesario pensar en la futura ampliación productiva del proyecto.

Los viñedos viejos con una edad superior a los 35 o 40 años, y siempre que resulten interesantes y que se encuentren en condiciones aceptables ofreciendo vendimias de buena calidad, resultan una buena baza para el establecimiento del proyecto vinícola. Existe una dificultad en encontrar este tipo de viñedos, pues generalmente las consecuencias de

En una primera etapa todo son ilusiones y buenas intenciones, para después pasar por momentos de desánimo y a veces de desesperación. Es importante no desfallecer para conseguir la meta propuesta.

la edad ocasionan una progresiva merma de su productividad, por lo que el viticultor en la búsqueda de una mayor cosecha y rentabilidad, los ha ido arrancando y sustituyéndolos por nuevas plantaciones pensando en su mecanización para facilitar el cultivo.

Los viñedos viejos suelen ser parcelas pequeñas que han sobrevivido en tiempo; se puede buscar en una determinada zona productora un número suficiente de ellas para conseguir un mínimo de rentabilidad económica. Todo ello implica un desarrollo económico basado en precios de venta del vino más elevados.

¿VITICULTOR Y ASESOR VITÍCOLA?

Cuando el promotor no es viticultor se hace necesario contar con una persona conocedora de esta actividad y que además realice el cultivo del viñedo de forma directa. Siempre se debe armonizar la forma de cultivar el viñedo con el nivel de calidad y singularidad de los vinos que se piensa elaborar. Con este motivo, a veces puede ser necesario contar con la figura de un asesor vitícola, que bien puede ser el mismo asesor principal al que antes nos hemos referido, o bien disponer de un buen viticultor con experiencia suficiente. Y todo ello armonizado con el enólogo o la persona responsable de la elaboración del vino, que muchas veces coinciden, para que se pueda transmitir el “espíritu” del viñedo al vino elaborado, en lo que se denomina de forma conceptual como *terruño* o *terroir*.

EL ENÓLOGO

Figura clave en el proyecto, que como antes hemos dicho puede, y creo que debe, coincidir con el asesor principal y posiblemente también con el asesor viticultor. Esta persona deberá dirigir la elaboración del vino hacia el objetivo propuesto en el proyecto, sabiendo interpretar el viñedo y sus producciones de uva, que cambian en los años por las diferentes condiciones climáticas, en la obtención del vino singular como principal objetivo del proyecto.

LA DEFINICIÓN DEL VINO

La determinación del estilo de vino y en consecuencia las necesidades en medios de producción son la pieza fundamental del proyecto vinícola. Y aunque lo estamos citando en esta etapa, este objetivo ya debería estar fijado desde el comienzo del diseño del proyecto. Por esta razón se

y volumen se mueve, y saber interpolar el tiempo y los recursos necesarios para conseguir el objetivo.

LA BODEGA

La bodega es también importante, pero al fin y al cabo no es más que un medio para expresar la singularidad y calidad de



debe contar desde el principio con el conocimiento y experiencia de un asesor principal, que sepa unir todas las piezas del puzzle desde su inicio.

Aunque el siguiente aspecto lo trataremos más adelante, también se debe definir el posicionamiento y/o segmento de precio del vino elaborado, que vendrá condicionado por el tamaño del proyecto en la búsqueda de su rentabilidad en el tiempo. Resulta muy útil para facilitar esta toma de decisiones conocer bien el mercado del vino y, en consecuencia, contestar a la pregunta: “¿a quién me quiero parecer?”. No se trata de imitar al vino de referencia, pues debemos conseguir que el nuestro sea original y diferente, pero sí observar en qué nivel de precio

un viñedo en algo tangible como es el vino. Las condiciones de la bodega y sus instalaciones deben ser suficientes para alcanzar el objetivo propuesto. Partiendo de esta premisa, a partir de aquí, todo resulta posible respecto de la estética y otros aspectos arquitectónicos, que pueden aplicarse a la bodega para convertirse en algo singular.

El diseño de la bodega tiene tres partes. La primera que debe ser definida por el enólogo, asesor principal o cualquier otro técnico enológico con experiencia en este campo, donde debe plasmar los medios que se necesitan con el mayor detalle posible para elaborar el vino de acuerdo con la definición del vino antes expuesta. Un segundo actor, que puede ser



vista técnico y arquitectónico, puede ayudar de forma importante al desarrollo enoturístico del proyecto vinícola, y a la postre a la captación de ingresos para el negocio, no solo por esta misma actividad, sino también por la difusión y comercialización de los vinos.

En una primera etapa del proyecto, y sobre todo cuando los recursos económicos son limitados, no hace falta contar con una bodega propia. Es posible elaborar los vinos en una bodega ajena donde se puedan alquilar sus instalaciones y trabajar con cierta comodidad. Posteriormente, y a medida que el negocio se desarrolle, se puede pensar en abordar el diseño y la construcción de una bodega definitiva, donde la propiedad, una vez adquirido el conocimiento más preciso del desarrollo de la empresa, podrá definir sus necesidades con una mayor precisión.

También cabe considerar, que en los últimos tiempos, las instalaciones técni-

una ingeniería especializada en procesos vinícolas, para trasladar la necesidades a aspectos más industriales, así como de legalización de las instalaciones; puede suplir a la primera y también a la tercera figura, pues suelen tener experiencia y técnicos especializados en este sentido. Y, ocasionalmente, una tercera parte en un arquitecto o estudio de arquitectura, que diseñe el edificio y otras dependencias desde un punto de vista estético y armonioso.

En cualquier caso, el diseño de la bodega siempre debe primar el aspecto práctico y racional, y nunca olvidar que allí se debe elaborar vino en las mejores condiciones posibles. Considerando nuestro puzzle de proyecto vinícola global, las tres piezas antes citadas deben también encajar para formar una figura dentro del mismo.

Parece obvio que esto debe ser así, pero por desgracia muchas veces esto no sucede. A veces la propiedad impone la figura de un arquitecto por delante de las necesidades técnicas, y esto suele llevar a un mal resultado en cuanto al buen funcionamiento de la bodega. Un buen ejemplo de lo antes expuesto lo podemos encontrar en la bodega Pazo Baión (DO Rías Baixas), donde el diseño de la bodega y su entorno vitícola está armonizado con el



desarrollo técnico enológico, donde personalmente tuve la suerte de trabajar con un arquitecto de primera fila como el gallego César Portela, Premio Nacional de Arquitectura y otros muchos méritos, que supo desarrollar su arquitectura con los condicionantes técnicos de la bodega.

No cabe duda que el atractivo de una bodega bien concebida desde el punto de

cas de las bodegas tienen un atractivo menguante para un visitante. Lo más importante es mostrar el escenario de un viñedo espectacular de donde procede el vino. Ahí es donde muchos elaboradores basan su estrategia de comunicación in situ y a veces los dotan de un pequeño refugio práctico y bien diseñado para desarrollar esta actividad. ■

SUSCRÍBASE Y AHORRE DINERO

Reciba cada dos meses PLANETAVINO en su domicilio y ahorre más de un treinta por ciento de su precio de portada.



SUSCRIPCIÓN POR UN AÑO (6 NÚMEROS):

30€ *, en lugar de 36€
de su precio de portada.

SUSCRIPCIÓN POR DOS AÑOS (12 NÚMEROS):

50€ *, en lugar de 72€
de su precio de portada.

* Precio para envíos a España.

TAMBIÉN EDICIÓN DIGITAL
proensa.com/planetavino

MÁS INFORMACIÓN EN
www.proensa.com

CUMPLIMENTE Y ENVÍE EL BOLETÍN DE SUSCRIPCIÓN A

PLANETAVINO
AVENIDA DEL CARDENAL HERRERA ORIA, 299 - BAJO B. 28035 MADRID
TEL.: 686 620 750. CORREO ELECTRÓNICO: planetavino@proensa.com

NOMBRE Y APELLIDOS

NIF (IMPRESINDIBLE PARA DOMICILIACIÓN BANCARIA)

DIRECCIÓN

TELÉFONO

CÓDIGO POSTAL

LOCALIDAD

PROVINCIA

PAÍS

CORREO ELECTRÓNICO

DESEO SUSCRIBIRME POR EL PERIODO DE

UN AÑO (6 NÚMEROS) AL PRECIO DE 30€

A PARTIR DEL NÚMERO _____ DE PLANETAVINO

DOS AÑOS (12 NÚMEROS) AL PRECIO DE 50€

CORRESPONDIENTE AL MES DE _____

FORMA DE PAGO

CHEQUE ADJUNTO Nº

DEL BANCO/CAJA

CARGO EN CUENTA Nº

FIRMA

IBAN

BIC



DE VINOS POR ...
MARA SÁNCHEZ



Lugar de fama mundial por su fiesta grande, San Fermín, recibe turistas a lo largo de todo el año entre otras razones porque el Camino de Santiago también pasa por aquí. Razones que hacen de Pamplona una ciudad de atractivos permanentes, preparada para acoger a sus visitantes y en la que salir de vinos es tradición y uno de sus encantos. Seguro que es porque los pamplonicos, y en general los navarros, lo llevan en el ADN. Locales de muy diversa índole y clientes que los defienden y practican a partes iguales desde lo que les es propio: los unos apostando por las referencias de la tierra, que copan las cartas de los establecimientos sean más o menos largas, y los otros porque son los vinos que prefieren.

Hecho el halago también hay que hacer una apreciación. Porque aunque pueda no parecerlo, la capital navarra es bastante tranquila entre semana, sobre todo tras la hora del almuerzo, por lo que hasta el jueves por la tarde, cuando arranca el ambiente real, alguna puerta se puede encontrar cerrada. A partir de aquí, vaya por delante que la mayor y mejor oferta se concentra en el casco antiguo y alrededores, aunque el ensanche, en el centro, junto a algún otro barrio cuenta con direcciones apetecibles. En general, las barras proponen una oferta *gastro* abundante, con pinchos y raciones bien llamativas, y en sus pizarras vinos por copas con predominio de la tierra. Cabe recordar también que por aquí llaman “ir

de potes” a lo que conocemos por salir de tapeo o a tomar unos vinos.

El mentado barrio del Ensanche es una zona de calles más anchas que las del casco y por esa razón con más desahogo para pulular por ellas sin agobios. Con cantidad de ambiente y locales, su espacio de influencia parte de la plaza del Castillo y el paseo Sarasate para continuar por la avenida Carlos III. En este Ensanche destacan tres direcciones por planteamiento y oferta vinícola. La más ajustada es la del **Bar Moka** (Tafalla, 16) pero tiene una selección interesante, incluidos unos cuantos espumosos. Se trata de una taberna modernita centrada en la gastronomía navarra a la que imprime toques de renovación y mucho mimo.



BAR MOKA

Y su animada barra acredita el éxito de la propuesta.

Vinícolamente el que sigue son palabras mayores. **La Olla** (Roncesvalles, 2),



LA OLLA

bar y restaurante, es de los obligados, por oferta y servicio. Al frente Fermín de Prados, quien coordina el restaurante, selecciona el producto y lidera el equipo, un profesional formado en el Basque Culinary Center y con larga trayectoria dentro y fuera del país. La Olla es un lugar acogedor y para disfrutar: la temporada marca su cocina, la tradición está en la base, y una buena selección de vinos conforman la bodega. Por copas o por botellas, en barra o a la mesa, referencias nacionales y foráneas donde no faltan generosos, espumosos, dulces e incluso sidra. Para elegir o dejarse aconsejar, ambas opciones son un acierto.

En la misma calle se sitúa **Bar La Botería** (Roncesvalles, frente a la plaza de Toros), también con una variada propuesta de vinos pero muchas menos re-

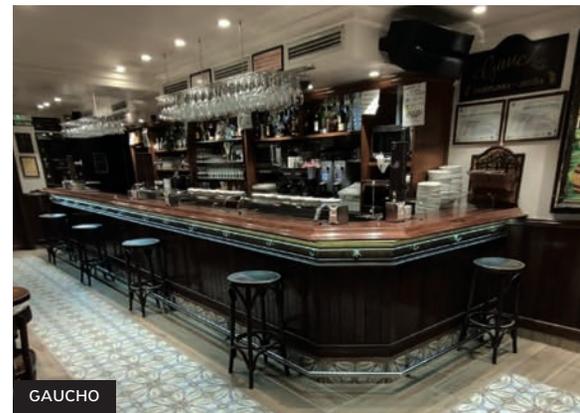
La mayor y mejor oferta se concentra en el casco antiguo y alrededores, aunque el ensanche, en el centro, junto a algún otro barrio cuenta con direcciones apetecibles.

ferencias. No obstante hay selección con botellas para gustos variados. Para acompañar, pinchos, raciones o tostadas. Y el espacio, un bonito antiguo taller de botas convertido en bar.

Con la plaza del Castillo como referencia, de aquí parte Espoz y Mina que es donde se encuentra **Gaicho** (Espoz y Mina, 7), un local con historia, pues data de 1968, en el que el vino y la tradición culinaria van de la mano. Pero sobre todo son sus pinchos una referencia en la ciudad, y ya llevan tres libros escritos sobre el tema. Al lado, **Bar Monasterio** (Espoz y Mina, 11), otro con años a sus espaldas –fundado en 1944– agradable y amable, en sintonía con el anterior; aquí no hay protocolos: tapas de las de toda la vida, frías o calientes, y algunos vinos por copas que satisfacen a su parroquia.

Y a unos pocos pasos más el **Bar Niza** (Duque de Ahumada, 2), que tiene como valor añadido su apuesta por los vinos naturales con una oferta de 20 referencias. Pero si no son elaboraciones al gusto del caminante, su bodega incluye otras tantas etiquetas con claro predominio navarro y algún que otro guiño a territorios vinícolas de los más conocidos.

Sin abandonar los alrededores del castillo, **Pasaje de la Jacoba** (Zapatería, 19), pegado al pasadizo peatonal de la Jacoba que conecta la calle Zapatería con la misma plaza del Castillo. Un lugar muy chulo por el diseño, con ambiente sobre



GAICHO



BAR MONASTERIO

todo los fines de semana y una propuesta de vinos por copas digna aunque no excesiva.

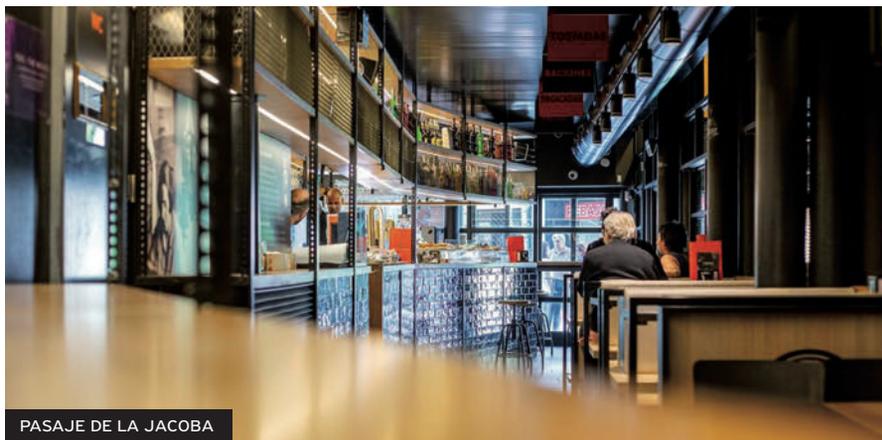
En pleno casco histórico el recorrido nos adentra en la famosísima, por taurina, calle Estafeta y en ella son dos los establecimientos que resultan obligados de entre la infinita oferta que confluye por la zona... aunque no toda reseñable.



BAR LA BOTERÍA



BAR NIZA



PASAJE DE LA JACOBA

Bar restaurante Chez Belagua (Estafeta, 49) es uno de ellos. Una tasca de aire popular, con un decorado tomado por la sidra, pero espacio en el que el vino es igual de protagonista. Pinchos, raciones, menú de asador, brasa incluida, y una selección en la bodega procedente de lo que en su momento era El Rincón del Chez, ahora cerrado. De ese espacio exclusivo proceden las botellas que ahora se pueden disfrutar en la barra de Chez Belagua. Presumen de una carta dife-

rente, con etiquetas poco habituales en el vecindario hostelero por tipo de elaboración, variedades, crianzas o zonas de procedencia. De muchos estilos y orígenes y para todos los bolsillos. Por copas o por botellas, bien atendidos y que rotan.

Y a su vera Bodegón Sarría (Estafeta, 50), con una carta corta de vinos, sobre todo de Navarra, pero un histórico de la ciudad e imprescindible de los pamploneses y de las cuadrillas en San Fermín. Regentada por la familia Galarza Lezea desde 1988 (aunque la fundación fue 30 años antes), se ha adaptado a los nuevos tiempos pero no ha perdido su esencia, la más pura tradición navarra y casera. Eso sí, presumen además de sus ibéricos, por los que muchos acuden a esta casa.

Alejados del cogollo capitalino hay algunos locales que merecen mención y tienen una visita. Es el caso del Bar Rex (plaza de la Libertad), una casa de comidas popular que demuestra cierta curiosidad por el vino y con una oferta por copas para probar aunque sin grandes pretensiones. Chelsy Gastrobar (Iturrama, 20), con casi cuarenta años de historia, abre sus puertas en el barrio de Iturrama con una cocina reconocible, clásica, en la que impera la calidad del producto. A partir de aquí manejan una amplia variedad de pinchos y una selección vinícola en sintonía pero ante todo de la tierra.



BAR RESTAURANTE CHEZ BELAGUA



DE VINOS IRUÑA

Otra buena opción es De Vinos Iruña (paseo Anelier, 11) donde combinan barra, restaurante y vinoteca. Producto de temporada y de cercanía, en la medida

de lo posible, y una selección de botellas en lo que respecta a su bodega, sobre todo también de la tierra. Por último, tomando como referencia la trasera de los Jardines de la Taconera, y después de cruzar el río Arga, se encuentra Letyana (travesía de Bayona, 2), en el barrio de San Juan. Tienen una buena carta para tapear o para comer de manera más formal y una atractiva relación de eti-

quetas donde abundan tintos y blancos y en la que tienen cabida procedencias diversas. Su cuidado servicio también hace que la visita valga la pena. Entre todos, una completa propuesta que sólo requiere escoger el momento. ■

Pamplona es bastante tranquila entre semana, por lo que hasta el jueves por la tarde, cuando arranca el ambiente real, alguna puerta se puede encontrar cerrada.



BODEGÓN SARRIA



CHELSEY GASTROBAR

PISTAS



CAVA NUEVA DE PACO

CONFIANZA ES LA CLAVE

Bien podría ser algo así como el retiro del guerrero, ese lugar que proporciona un medio de vida sin demasiado trajín y con más amigos que clientes. Paco Abellán es hombre del vino, con larga trayectoria y bien conocido en el ambiente vinícola porque frecuenta catas y presentaciones, forma parte de jurados en concursos de calidad y es toda una excepción entre los profesionales de la hostelería por la atención que siempre prestó al vino. Afición, conocimientos y respeto que ahora vuelca en el modesto (en tamaño) negocio personal que

regenta desde noviembre de 2021 en Alcalá de Henares, ciudad que le acogió en 1993, cuando, procedente de Jumilla, empezó a trabajar en la Hostería del Estudiante, luego fue a la central de Paradores Nacionales y, tras un paso por Logroño, donde puso en marcha un restaurante de arroces, estuvo durante 15 años al frente de Casa Patas, en Madrid, hasta que la pandemia le empujó al timón de su propia nave. Una chalupa: unos 50 metros cuadrados, lo



CAVA NUEVA DE PACO
AZUCENA, 1
ALCALÁ DE HENARES (MADRID)
TEL.: 626 556 032
PRECIO APROXIMADO POR
PERSONA (SIN VINO): 20 €

justo para una barra, cuatro mesas altas y una miniterraza, donde actúa a impulso de un grupo de amigos, casi todos profesores de la Universidad de Alcalá, que forman un exigente grupo de cata de vinos. Oferta muy personal en todo, en la cocina sencilla, en buena parte elaborada de su propia mano, y en una oferta de más de veinte vinos por copas, a precio de 3 a 4,50 €, más un capítulo de vinos generosos. Busca variedad ("en la medida de lo posible, huir de las erres", dice, en referencia a Rioja, Ribera, Rueda...) y "vinos que cato y me gustan, me llegan casi siempre directamente de las bodegas, la gente confía en mí... Es la clave porque no tengo carta, ni de vinos ni de platos; la mayor parte de mis clientes toman lo que yo recomiendo". Un sitio singular en la que la confianza es la clave: confianza en un profesional curtido y amante del vino, en su criterio a la hora de elegir el producto y los vinos y en que la experiencia será gratificante. ■ **Ulises P Moratalla**



LA MORENA

EL OCÉANO CAPITALINO

Una morena muy particular. Recuerda al Atlántico: Cádiz y Latinoamérica y también parte del Índico. Fusión de producto gaditano con técnicas e ingredientes asiáticos y latinoamericanos. Toda una experiencia oceánica de la mano del joven chef Bryan Sevilla, socio junto a Luis Salinas (larga trayectoria como consultor en el mundo de la restauración) de este nuevo establecimiento madrileño. El servicio de sala y bodega corre a cargo de José María Acuña, con gran experiencia en Santceloni y Coque.

Las propuestas comestibles son de un enorme atractivo para los paladares aventureros. Mejillones con curry rojo, gyozas de ají de gallina, saam de cazón en adobo, merluza en tempura con salsa XO. El atún, siempre de las almadras gaditanas, va más allá del tartare y se concreta en sofisticadas elaboraciones como un marmitako con huevo frito y merkén chileno (especia tradicional de los indios mapuches) o con una crema de ají amarillo asado y chutney de tomate. Para los paladares más terrenales, sugerencias carnívoras como las carrilleras con curry rendang (tradicional de Sumatra), presa lacada, steak tartare al estilo yukhoe (plato coreano de carne cruda con especias y hierbas aromáticas).



LA MORENA
PASEO DE LA CASTELLANA, 210
MADRID
TEL.: 914 243 692
PRECIO APROXIMADO POR
PERSONA (SIN VINO): 40 €

La carta de vinos abre con una gran colección de vermouths de distintas procedencias. Otro capítulo se dedica a los espumosos también de variadas geografías, incluyendo un excelente txacoli brut vintage. Los blancos tranquilos se dividen en jóvenes y con crianza y cada referencia se acompaña del nombre y porcentaje de las viníferas... dos pares de referencias rosas y un largo y variadísimo capítulo de buenos tintos (que tal vez no sea el más adecuado para la mayoría de los platos de la carta) a precios realmente competitivos. Buena selección de generosos de Jerez y de Montilla que pueden disfrutarse por copas o por botellas. Llama la atención una singular oferta de vinos dulces de muy distintas procedencias. La Morena ofrece una buena oportunidad para zambullirnos en aguas oceánicas y en vinos del mundo. ■ **Paz Ivison**



Eduardo Martín Mazas BIBLIÓFILO Y SUMILLER

Eduardo Martín Mazas figura entre los destacados profesionales de la hostelería, en la vertiente del servicio de sala, con conocimientos sobre lo que tenía entre manos, tanto en el plato como en la copa. Se formó en la Escuela de Hostelería de Madrid, adonde llegó con sólo 16 años, y en el Grand Hotel de Lausana (Suiza) y fue pionero en España del oficio de sumiller, que desarrolló en el grupo Paradís y el restaurante Las Cuatro Estaciones, de Madrid. Como es habitual, pasó después por otros restaurantes en los que se valoró, o no, su profesionalidad. Y durante un tiempo dirigió el restaurante madrileño El Gorro Blanco, hasta que los desarreglos societarios truncaron la aventura.

Carrera larga y vocacional que compartía con una pasión nada secreta: la letra impresa. Fue investigador y coleccionista empedernido de publicaciones y carteles de cocina, alimentos, vinos y bebidas, de sus fundamentos y de sus preparaciones, fue encargado de catalogar y estudiar más de un legado de otros coleccionistas. Trabajaba para conseguir que alguna entidad se hiciera cargo de esos fondos para crear un centro especializado. No sedujo ni a la Comunidad de Madrid ni al ayuntamiento de la capital, que había mostrado interés en una etapa anterior, y lo intentaba por tierras de La Rioja.

En PlanetAVino, además de aprovecharnos de su sabiduría y de frecuentar su restaurante El Gorro Blanco mientras duró, explotamos y compartimos ese conocimiento desde febrero de 2009, cuando significativamente inauguró su sección El Anaquel de Eduardo Martín con un análisis sobre *De re rústica*, obra de Columela, el primer agrónomo hispano. No era sección de aparición regular, que dependía de la inspiración del sabio, pero siempre tuvo su lugar.

Como lo tiene muy vivo en nuestro recuerdo tras su repentino fallecimiento a causa de un infarto cerebral el pasado 31 de enero. Había nacido en Valcarlos (Huesca) y muy joven trabajó en una taberna de Binéfar situada frente a la casa de Teodoro Bardají, cocinero innovador que fue objeto de su primer libro, *Teodoro Bardají y su influencia en la cocina española*. Ya jubilado, trabajaba en nuevas obras.



Paco Rodero VISIONARIO DE PROFUNDA RAÍZ

Después de pasar su infancia y primera juventud entre viñedos, se diría que se marchó para adoptar la visión en perspectiva que proporciona la distancia. Francisco Rodero fue uno de tantos campesinos que se vio obligado a emigrar desde el corazón de la Ribera del Duero burgalesa para buscar nuevos horizontes en lugares más prometedores. Se buscó las habichuelas en Barcelona pero nunca abandonó su paisaje natal ni los viejos majuelos en los que trabajó junto a su padre. Conservó las mejores viñas familiares, cultivadas en la zona cercana a Pedrosa de Duero que se conocía como paseo de los Capellanes, cuyos frutos se vendían a bodegas cercanas. Mientras soñaba con volver a la actividad vitivinícola, maduraba un proyecto que pasaba por elaborar vinos refinados, tan alejados de la rusticidad clásica de los tintos ribereños como de los claretes de su infancia y de las influencias de los perfiles comerciales que dominaban el mercado. Al mismo tiempo, involucraba a su inseparable Conchita Villa, participe imprescindible de la ilusión por emprender una aventura ilusionante que tomaría el nombre del viejo viñedo familiar.

El tandem Rodero-Villa puso en marcha Pago de los Capellanes en 1996, en una etapa dorada de la expansión de la DO Ribera del Duero, pero no se dejaron deslumbrar por los focos y desarrollaron la bodega paso a paso, con un proyecto definido pero que se desarrolló en un prudente paso a paso. La bodega se construyó por fases, el viñedo se amplió también en función de las necesidades de una gama de vinos caracterizada por la casta, la finura y la alta calidad desde el tinto roble básico hasta los vinos de pago Parcela El Picón y Parcela El Nogal.

Los vinos de la familia Rodero-Villa llevaron siempre marchamo de garantía de calidad y esa filosofía se trasladó al segundo proyecto, el del vino blanco, para el que marchó a la DO Valdeorras. Había en marcha una tercera aventura, la de las viñas de altura, en la zona sur de la DO Ribera del Duero. Será tarea para Conchita Villa y para su hija Estefanía, porque Paco Rodero nos dejó de forma inesperada en Barcelona el 22 de marzo. Había nacido en Pedrosa de Duero en 1950.

Somos tu familia más lejana

No tenemos tus mismos apellidos. Pero si lo que te mueve es salvar vidas y ayudar a los demás, somos parte de la misma familia. **Incluye a Médicos Sin Fronteras en tu testamento** para seguir siempre a nuestro lado.



Infórmate sobre el testamento solidario.
Contacta con Maite Alzueta:



900 494 275
herencias@msf.org

Tufamiliamaslejana.org



Fiesta y polémica PREMIOS MERCADOS DEL VINO

Fuimos testigos directos de una escena lamentable, con un comportamiento digno de barra de bar por parte del presidente de la DO Ribera del Duero a cuenta de su enfrentamiento con la prensa especializada (ver La Luna en la página 3 de este número). Palabras malsonantes aparte, lo importante fue la fiesta y el reconocimiento que nuestros colegas de Mercados

del Vino y la Distribución, con la combativa Mónica Muñoz a la cabeza, brindan cada año a entidades y profesionales del sector. Es la decimosexta edición anual de los Premios Empresariales Mercados del Vino y la Distribución; la gala de entrega se celebró, como en los últimos años, en la sede del Gobierno de la Comunidad Autónoma de Madrid, la Casa de Correos de la Puerta del Sol. Los galardonados fueron, en la categoría de Productores, **Familia Gil** (desarrollo económico y social),

Hammeken Cellars (mejor labor exportadora) y **Bodega Matarromera** (mejor gestión I+D+i). En el capítulo de Distribución fue reconocida la labor de **El Corte Inglés** (fomento de las ventas de vinos con denominación de origen), **En Copa de Balón** (labor de acercamiento de los vinos al público), **Vins i Licors Grau** (distribuidora independiente) y el sumiller **Alex Pardo** (labor de venta al público final). Por último, en la categoría de Premios Extraordinarios fueron galardonados **Bodegas**



Fontana, como mejor gestión de responsabilidad social empresarial, y **Félix Solís**, reconocido como personaje que por su trayectoria ha marcado un hito en el sector.

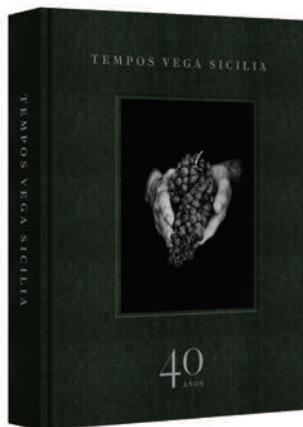


JAVIER PASCUAL CORRAL
Y EUSTAQUIO UZQUEDA PRADO.
INSTITUTO DE ESTUDIOS RIOJANOS.
234 PÁGINAS. 15 €.

La imagen del líder EL VINO DE RIOJA EN SUS ETIQUETAS

Letras góticas, rojo y negro, dorados, alardes de tipografías diversas en poco espacio, aspecto de pergamino, a veces con remate de lacre para coronar el cierre de la botella, para desembocar en etiquetas minimalistas, limpias y con grafías discretas que parece que es lo que marca la modernidad. El mundo de la etiqueta ha cambiado mucho y, en ocasiones, sorprende que el consumidor no haya huido despavorido ante determinadas presentaciones de botellas. Con frecuencia, la etiqueta ha de hacer una travesía y pasar por la fase de *vieja* o *antigua* antes de ser *clásica*, categoría que ya la hace prácticamente intocable. Esa imagen cambiante, adecuada tal vez tanto a una forma de ver la comercialización e imagen del vino como a las distintas épocas vividas por las bodegas, está

plasmada en algunas de las etiquetas de vinos legendarias de Rioja. Y esa evolución está en el libro que firman Javier Pascual, periodista y editor (el pobre) de la revista La Prensa del Rioja, y Eustaquio Uzqueda, diseñador gráfico y propietario de una importante colección de etiquetas cuya exposición es ya un fijo en muchos acontecimientos del vino. Como es lógico, se trata de un libro eminentemente gráfico, pero los textos que acompañan a la reproducción de cientos de etiquetas son un retrato sociológico y una reseña histórica sobre el arte del diseño aplicado a la etiqueta del vino. Como se sostiene en la introducción, las etiquetas son un elemento que "habla del vino, de su historia, del territorio y de sus gentes". Un libro para ver y para leer a sorbos cortos y succulentos. **AP**



ALFONSO ARMADA.
FOTOGRAFÍAS DE LUIS DE LAS ALAS.
TEMPOS VEGA SICILIA.
344 PÁGINAS. 60 Y 21 €.

Libro de mesa TEMPOS VEGA SICILIA, 40 AÑOS

Una de las consecuencias de las crisis sobrevenidas a la sociedad en general y al sector del vino en particular, ha sido la práctica desaparición de los libros de lujo, los de formato grande y peso que no son de llevar a la cama sino de leer en el sillón, con el tomo sobre las piernas o sobre una mesa. Las entidades públicas no están para esos pretéritos alardes, las corporaciones ya hace rato que abandonaron mecenazgos y las editoriales boquean como pez fuera del agua. Tempos Vega Sicilia, la marca que agrupa a toda la familia de bodegas capitaneada por la mítica casa de la Ribera del Duero, sí tiene pulso para ello y conmemora los 40 años recientes, los de la familia Álvarez al mando, con una de esas ediciones cuidadas. Un libro de buen plan antiguo, con aroma de papel

y tintas de calidad, con alarde de fotos y texto, encargados a gentes que no son habituales en el sector, lo que le da un atractivo singular. Historia completa, desde el origen de la leyenda a la bien conocida etapa reciente, y retrato actual del grupo, con unas formas más literarias que de reportaje, a pesar de ser obra de una de las grandes firmas del periodismo patrio. Maridaje magistral de testimonios, datos científicos, citas literarias e historias bien contadas, junto con una colección de fotografías que valen cada una más que mil palabras, como reza el adagio periodístico. Se han editado dos versiones, una de mesa, se diría que de colección, y otra más ligera de peso, en la que también se han limitado las imágenes aunque los textos son los mismos. **MNN**



MOMENTO DE PAZ
PAZ IVISON

De vinos y de modas

¿Para cuándo una verdadera *International Wine Fashion Week*? Si no queremos ser tan universales, y decirlo en “cristiano”, podríamos reducirnos a nuestras fronteras y llamarla *Semana Española de la Moda y el Vino*, por ejemplo. O igual podría ser un día –¿no hay un día para todo últimamente? (de la tortilla, de la marmota, del macarrón, de la pizza, del perro,...)–. ¿Por qué no fusionar más la moda –de vestir– y el vino –de beber– bajo los muchos paraguas que relacionan a ambos? No nos olvidemos que el vino y la moda auparon a Francia al primer puesto del pódium del lujo y de la sofisticación, llenando las arcas de su balanza de pagos. De todos es sabido que hay grandes diseñadores de moda que se han convertido en bodegueros, Roberto Verino, Amaya Arzuaga, Salvatore Ferragamo, Roberto Cavalli... Custo y Toni Miró vistieron cavas de Torelló, de Vilarnau y ediciones especiales de Viña Esmeralda, Karl Lagerfeld creó la botella de Dom Pérignon Vintage 1988... Sin llegar a ser bodeguera, la gran Coco Chanel diseñó el primer bolso de mujer con cadena, para que pudiera colgarse y dejar las manos libres y sostener cómodamente una copa de champagne, su vino preferido; también su famoso logotipo de las dos C entrelazadas se lo cedió la propiedad de Château Cremant

(un castillo-bodega en plena Costa Azul francesa).

Es más, la mayoría de las grandes casas de champagne y de algunos de los vinos más míticos de Francia y del mundo, pertenecen al gran magnate de la moda propietario de LVMH.

Javier Moro, (Bodegas Emilio Moro) no es ajeno a esta circunstancia y recientemente ha sabido unir estos dos mundos de la moda y el vino con una estrecha colaboración con el famoso modisto gallego Jorge Vázquez, heredero del gran Pertegaz, para arropar al vino más icónico de la bodega ribereña, Malleolus. Un elegante y exclusivo estuche, con la presencia del característico color naranja, que distingue desde hace poco tiempo a Malleolus de sus hermanos Sancho Martín y Valderramiro. Sólo se han elaborado 500 unidades.

Contiene una botella de Malleolus '20 y tres láminas diseñadas por el modisto que representan un exclusivo traje que refleja la personalidad y el color distintivo de cada uno de los tres hermanos Malleolus.

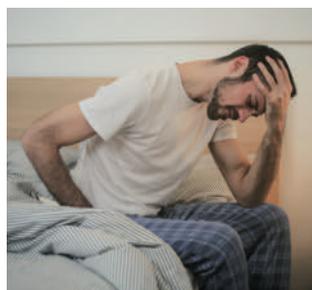
Y, hablando de colores, más de un siglo tienen el color burdeos y el color champagne, colores que han traspasado la madera de las barricas y el vidrio de las botellas y se han interpretado en linos, sedas, muselinas y muarés en manos de grandes modistos.

Por cierto ¿para cuándo un color rioja, o un color jerez?, ¿cuándo dejaremos en España de llamar tinto –de esta manera tan poco glamurosa– al vino de color burdeos? (tiene guasa, ¿no?). Al menos las uvas ya empiezan a ser llamadas negras, en lugar de tintas. Por cierto que, a este respecto, Javier Sanz Viticultor ha presentado nuevos ensayos de vinos, todavía en fase experimental, pero sí bebestibles, y algunos de ellos realmente interesantes y con un gran potencial, elaborados con uvas que estaban olvidadas en sus viñedos, muchos de ellos centenarios, que han sido recuperadas tras más de 20 años de rigurosa investigación. Castellana Blanca, Prieto Picudo Blanco, Verdejo Negro... probablemente pasarán a formar parte de su Colección V, en la que ya brilla con luz propia su Colorado. ¿Qué mayor dedicación al mundo de los colores?

Abundando más en este tema de la moda y el vino, nos encontramos con la expresión *vintage*. Constata de manera contundente la gran relación que existe entre ambos universos. Es una moda que mezcla diferentes complementos de distintos años que podría equivaler en términos enológicos a una mezcla de vinos de diferentes cosechas (*vintages*). ¿Y qué decir del mejor vino de oporto llamado *vintage*? Fashion & Wine, Vino y Moda... ¡mola!

La esperanza FGF21 MEJORAR EL DÍA DESPUÉS

Tal vez en previsión de los periodos vacacionales que se avecinan, en pocos días han llegado noticias sobre avances en la lucha contra los efectos nocivos de un desliz, sin duda accidental, en la ingesta de bebidas alcohólicas. Parece que se abren nuevas perspectivas en el combate a la incomodidad del día después, esa fecha nefasta en la que uno se promete una vez más no volver a sobrepasar la línea fatídica o incluso no volver a probar el néctar de los dioses. Una partícula bautizada como FGF21 se presenta con buenas



perspectivas como antídoto de la resaca y protector del hígado. Al menos en ratones. Nuestros colegas de Cupatges se han hecho eco de la investigación en ese sentido realizada en la Universidad de Texas (Estados Unidos), publicada en la revista *Cell Metabolism*, especializada

en estudios sobre el metabolismo humano. Los investigadores tejanos han experimentado con una hormona llamada factor de crecimiento de fibroblastos 21, abreviada como FGF21, que se produce de forma natural en el hígado humano, que podría ser un buen elemento para combatir los efectos de la intoxicación etílica. Según los científicos, el hígado, encargado de metabolizar el alcohol etílico, también envía señales al cerebro para que actúe en la protección contra los efectos nocivos del alcohol, especialmente en aspectos como la pérdida de control y de consciencia. La responsable

de ese efecto sería la desde ahora apreciada FGF21 y la inducción de una dosis adicional de esa partícula podría acelerar la eliminación del alcohol etílico y paliar sus efectos del día siguiente. Es el mismo remedio al que hace referencia otra publicación virtual, Vinetur, pero la atribuye a científicos australianos e informa de que el fármaco se administrará de forma preventiva, antes de comenzar la ingesta, y será capaz de inhibir la acción de una enzima encargada de metabolizar el alcohol, proceso que da lugar a compuestos tóxicos responsables del mal del día después.

CATA BIODINÁMICA

DÍAS DE FRUTO

El vino potencia la armonía de todos sus matices: los más evidentemente frutales, por supuesto, pero también los que derivan del equilibrio logrado en la maduración de la uva.

DÍAS DE FLOR

Tras los días de fruto, los de flor son los más favorables para la cata. Es un momento en el que los vinos se muestran especialmente fragantes y delicados.

DÍAS DE HOJA

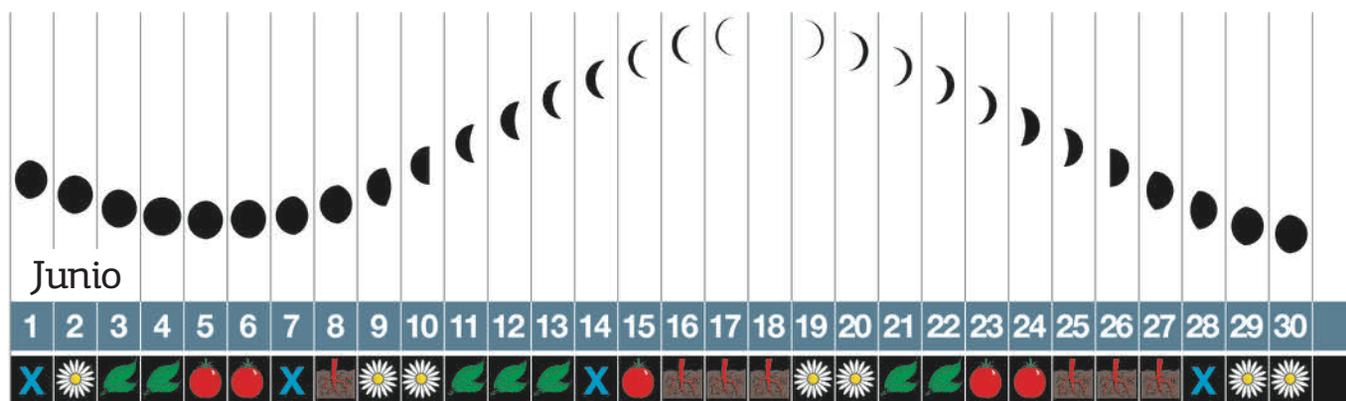
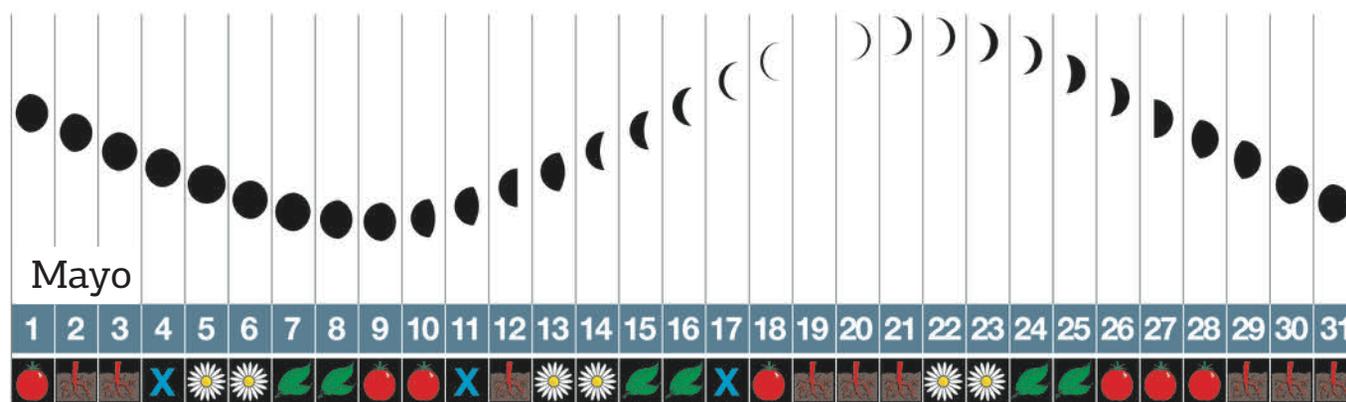
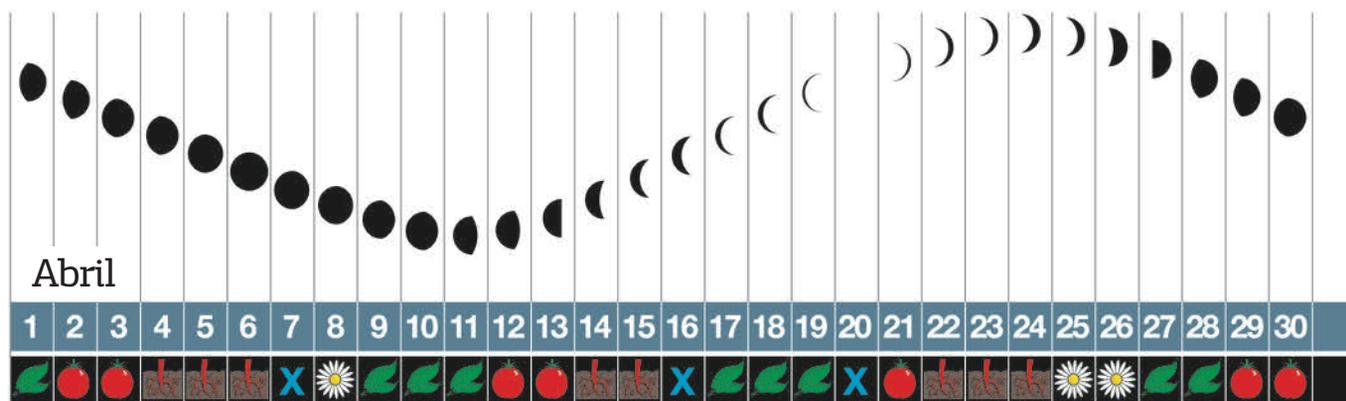
Se potencian los aromas vegetales. Aunque no es un buen día para catar, puede ser un momento propicio para vinos generosos o blancos jóvenes en los que destacan las notas herbáceas.

DÍAS DE RAÍZ

Aumentan los matices tánicos, la fruta se esconde y es el momento adecuado para percibir la vinculación de una cepa a un suelo concreto, a un enclave específico y singular.

NODO LUNAR

Es el día negativo en el que se desaconseja cualquier actividad en la agricultura o en la cata. En días de nodo lunar no hay que pensar siquiera en abrir una botella de buen vino.





SOMMER POR ASEDIO

Ni publicaron vuestras mercedes nota de prensa, ni acudieron a evento público con fin periodístico. Han osado desafiarme al no prestar el debido vasallaje y pagarán tal afrenta con el deshonroso castigo del asedio: se quedarán sin la tan necesaria publicidad, sin eventos y Dios nuestro señor sea testigo, hasta sin muestras...



Mayordomo Real sacad por favor el pendón de respuesta a nuestros asediados, para que vean como se defiende una revista independiente.

Como ordene su virtuosa majestad





LA PENULTIMA
CARLOS DELGADO

El principio de razón suficiente

No se alarme el lector, porque no pretendo (ni puedo) disertar sobre el famoso ensayo de Schopenhauer *Sobre la cuádruple raíz del principio de razón suficiente*, donde desarrolla la teoría sobre los cuatro tipos de razones que explican cualquier fenómeno. Pero me viene que ni pintado para armar esta *penúltima* columna, a punto de convertirse en una profecía autocumplida. Los problemas vitivinícolas en nuestro país se acercan, lenta pero inexorablemente, a la fase de no retorno.

De entre todos los grandes países vitivinícolas, el nuestro goza del extraño privilegio de combinar los efectos de la crisis climática en prácticamente todas sus peores manifestaciones con el consumo per cápita de vino más bajo. Frente al cambio climático tenemos pocas opciones, aparte de cruzar los dedos y confiar en que los gobiernos del mundo, empezando por el nuestro, se pongan las pilas. En cuanto al bajo consumo de vino, contamos mayor margen de acción, aunque no estoy muy seguro de que eso sea una ventaja.

Pese a que todo lo relacionado con el clima y sus efectos es altamente complejo, ya podemos señalar algunos efectos del cambio climático. La desertificación amenaza a numerosas zonas de España como regiones del sur y sureste de Andalucía, Murcia, y Valencia; espacios de la depresión del Ebro en Aragón, Cataluña y Navarra, de clima seco y semiárido, con elevada tasa de erosión; o terrenos de Castilla-La Mancha y Madrid, con un clima extremo.

Hay algunas estimaciones, como un estudio de la Universidad de Alcalá de Henares realizado en 2020, que señalan el riesgo de supervivencia del 65 por ciento de las tierras vitivinícolas españolas si el aumento de la temperatura alcanza los 2°C ... ¡y ya hemos superado 1°C! Paradójicamente, los beneficiados son países como Reino Unido, que expandió sus viñas casi un 400 por ciento entre 2004 y 2021, o Dinamarca, donde los viñedos se han duplicado en solo diez años.

Cabría añadir los desequilibrantes efectos en la maduración temprana que causa el aumento de las temperaturas, lo que afecta ya a algunas de nuestras variedades de uva más emblemáticas, como la Garnacha Tinta, o a la Monastrell, capaz de resistir condiciones climáticas adversas, pero que se enfrenta al rechazo de sus vinos con cada vez más elevadas graduaciones alcohólicas.

Felizmente, contamos con nuestra singularidad orográfica para ganar altura y gozar de temperaturas más frías, a lo que cabe añadir la necesaria investigación y recuperación de variedades autóctonas con capacidad adaptativa a los desafíos medioambientales. Mientras, hay que potenciar la viticultura responsable y sostenible, que minimice el impacto ambiental y promueva la salud del ecosistema con prácticas como el cultivo ecológico, la gestión del agua, la reducción de residuos y emisiones de carbono, el cuidado de la biodiversidad en y alrededor del viñedo, la protección de la flora y fauna nativas, asegurando la integridad de los ecosistemas locales. Sin olvidarse de la responsabilidad social. Estaría bien saber qué bo-

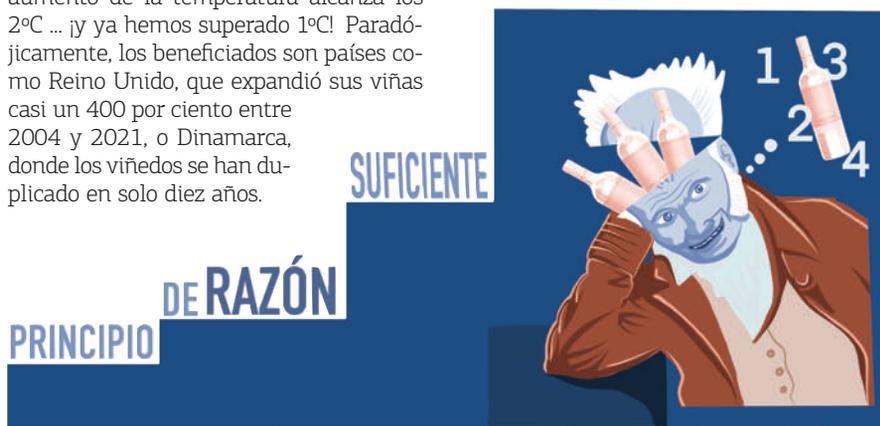
degas acreditan certificaciones y sellos de sostenibilidad. Es una demanda cada vez más sentida, particularmente entre los consumidores jóvenes. Por último, hay que abordar decididamente las posibilidades de la digitalización a fin de poder optimizar los rendimientos sin menoscabo de la calidad.

En cuanto al tozudo bajo consumo, el dato último es alarmante: hemos bajado de 9,46 litros en 2020 a 8,37 en 2021. Un desastre sin paliativos si lo comparamos con los 54,8 litros de Portugal, los 44,2 de Italia, o los 27,3 de Francia. Se trata de un fenómeno multifactorial donde los haya, ya que las causas abarcan desde cambios en los hábitos de consumo, a la fuerte competencia de otras bebidas. Se ha instalado la injusta percepción de ser una bebida de lujo, ocasional por tanto y, generalmente fuera de casa.

Incide también la brecha generacional, donde los jóvenes precarios tienen otras preferencias y las personas mayores con mayor poder adquisitivo no pueden permitirse beberlo como en su juventud. El impacto demográfico en nuestro país no ayuda: más de una cuarta parte de la población tiene 65 años o más, y dentro de 8 años ya serán el 30 por ciento, según el Instituto Nacional de Estadística el incremento de la población envejecida supone una reducción del consumo de vino.

Finalmente, el escaso conocimiento vitivinícola hace que muchas personas se sientan abrumadas, como si beber o gozar del vino fuera cosa de personas entendidas.

Y, termino como empecé, con una frase de Schopenhauer: *El hombre es un animal racional que siempre pierde la cabeza cuando se enfrenta con lo irracional*. Esperemos que esta vez no sea así, porque no tendremos muchas más oportunidades. ■



RIBERA DEL DUERO
Denominación de Origen

ARZUAGA

disfruta



Enoturismo

En el corazón de la Ribera

Visita a la bodega y los viñedos.

Taller de iniciación a la cata.

Catas en barrica.

Alta gastronomía.

**INFORMACIÓN
Y RESERVAS**

983 68 70 04

www.hotelarzuaga.com

Ctra. N.122 Aranda-Valladolid, Km 325
Quintanilla de Onésimo, Valladolid

SPANISH
WINE
ACADEMY



¿Cuánto sabes de vino español?

SPANISH WINE



MASTER

Para la gente del vino. Para ti.

*Únete a la competición global que cambia la forma de vivir
una pasión compartida. Comienza un nuevo viaje por los vinos de España
de la mano de la Spanish Wine Academy de Bodegas Ramón Bilbao.*

Porque es tu mundo. Porque lo llevas dentro.



**INSCRÍBETE YA Y DEMUESTRA
TODO LO QUE SABES.**

Captura el QR o entra en:

www.spanishwinemaster.com

UNA INICIATIVA DE

DESDE  1924

RAMÓN BILBAO