

18

junio
2007

terruños

Fundación para la Cultura del Vino



Terruños.
Número 18_junio 2007.

EDITA
 FUNDACIÓN PARA LA CULTURA DEL VINO
 Plaza del Perú, 1.- Esc. Izda. 1ªA. - 28016 Madrid
 Tel.: 91 343 07 08 - Fax: 34 91 345 35 25
 e-mail: fundacion@culturadelvino.org
 www.culturadelvino.org

PRESIDENTE
 Magí Raventós

VICEPRESIDENTE
 Guillermo de Aranzabal

GERENTE
 Emilio Castro Medina

REDACCIÓN Y COORDINACIÓN
 Sandra García, José A. Picón

COLABORAN EN ESTE NÚMERO
 Lorenzo Martínez-Dueñas, Salvador Manjón,
 Stuart Walton, J. Álvarez Yraola, Pau Roca,
 Fernando Riquelme, Alberto Coronado

IMÁGENES
 Fundación para la Cultura del Vino, Consejos Reguladores
 de Valencia, Alicante, Utiel-Requena, Bullas, Jumilla, Jerez y
 Manzanilla de Sanlúcar, Shutterstock

ILUSTRACIÓN DE PORTADA
 Francisco Gatica (Magic Circus)

DISEÑO Y MAQUETACIÓN
 Magic Circus

*Terruños no se hace responsable de las opiniones de
 los colaboradores*



COMPARTIENDO TRADICIÓN, GENERANDO CONOCIMIENTO

**PATRONATO DE LA FUNDACIÓN
 PARA LA CULTURA DEL VINO:**

- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación
- Bodegas Codorníu
- Bodegas Julián Chivite
- Bodegas La Rioja Alta, S.A.
- Bodegas Vega Sicilia
- Vinos de los Herederos del Marqués de Riscal

MURCIA Y VALENCIA:
VINOS CON SABOR MEDITERRÁNEO 4

DOSSIER

**EL ROBLE ESPAÑOL: UNA ALTERNATIVA PARA LA
 CRIANZA EN BARRICA DE VINOS DE CALIDAD** 45

REPORTAJE

**LA DISTRIBUCIÓN DEL VINO EN EL REINO UNIDO:
 PANORAMA DEL COMERCIO MINORISTA** 52
 STUART WALTON

OPINIÓN

**LA CULTURA DEL VINO: UNA OFERTA A LAS POLÍTICAS
 DE PREVENCIÓN EN SALUD PÚBLICA** 56
 PAU ROCA

ENTREVINOS

¿SALUD A LA FUERZA? 60
 LORENZO MARTÍNEZ-DUEÑAS

EL VINO EN LA COPA

LAS METÁFORAS EN EL VINO 64
 JESÚS ÁLVAREZ YRAOLA

CRIADERAS Y SOLERAS

EL PALO CORTADO, UN VINO DE LEYENDA 67
 ALBERTO CORONADO

NOTICIAS DE LA FUNDACIÓN 73

AGENDA 76

Los vinos de siempre también cambian y no me refiero a que cada cosecha es diferente a las anteriores como consecuencia de los factores climáticos más relevantes como la lluvia y las temperaturas del tan citado cambio climático. Me estoy refiriendo al cambio de mentalidad del bodeguero y de su estilo de elaborar vino.

El responsable de una bodega en España, normalmente coincide con el propietario, es quien está atento a los gestos y tendencias del mercado estudiando las posibilidades de sus tierras y proveedores habituales, con los medios de que dispone la bodega. Cada bodega elabora vinos que se quedan a mitad de camino entre lo que el mercado pide y su propia creatividad, la cual busca sorprender al consumidor:

Hoy más que nunca existe un número de bodegueros inquietos que experimentan y buscan alternativas. Los bodegueros más jóvenes e inquietos comparten experiencias y conocimientos, hecho que trae como consecuencia un desarrollo más rápido y una mayor seguridad en la apuesta por nuevos caminos. Estos bodegueros cuentan con el apoyo de un colectivo que navega en la misma o similar dirección en cuanto al desarrollo de nuevos tipos de vinos.

En la actualidad hay otros dos colectivos que también influyen en el vino y sus características: los críticos y los *Masters of Wine*. Los críticos crean un discurso sobre el vino que tiene mucho que ver con su criterio propio y que acaba teniendo una marcada influencia. Si la crítica se complementa con una calificación por encima de 90 esta crítica es todavía más positiva. De cualquier forma, estos comentarios ayudan a situar al vino en un precio y valoración dentro del mercado. Los *Masters of Wine* actúan como filtro para las compras de las cadenas de distribución probando vinos con criterios bastante similares. Por ello, es bastante común ver a *Masters of Wine* probando vinos en las bodegas por demanda de la propia cadena de distribución o por el propietario que desee ser juzgado por un entorno calificado. La valoración de los expertos puede modificar el estilo de un vino.

Esto explicaría la tendencia hacia vinos muy gustosos en cuerpo, con mucho color y cada vez más alejados de los vinos sutiles más viejos. También estas nuevas tendencias explican la moda de una variedad como la syrah.

Sin embargo, entiendo que los bodegueros quieren continuar decidiendo y eligiendo lo que quiere el consumidor en particular y en conjunto, ya que la tendencia es que el consumidor sigue eligiendo conceptos diferenciales, sencillos y claros.

Quizás esto último explicaría las nuevas modas: en primer lugar; los vinos blancos sencillos, agradables y frescos; en segundo lugar; los vinos muy aromáticos con variedades potentes; y, finalmente, los vinos de hielo y sobremadurados. Parece que el consumidor de a pie se siente a gusto distinguiendo estos conceptos y por eso incrementa su demanda.

El último fenómeno que protagoniza el consumidor es la inclinación hacia el vino rosado. Esta tendencia está sorprendiendo a los elaboradores. Su color cereza y una graduación inferior son los principales atractivos de este tipo de vino.

Tal vez sea así de simple, pero es una realidad que al final el consumidor es quien siempre decide según su gusto y sus apreciaciones en cada momento.



Magí Raventós

Presidente de la Fundación
para la Cultura del Vino

LAS VENTAJAS DE TENER UN CLIMA HABITUALMENTE TEMPLADO, SIN DEMASIADO SALTO TÉRMICO, CON ABUNDANTES HORAS DE LUZ SOLAR, TAN APETECIBLES PARA BAÑISTAS COMO DESEABLES PARA LA PLANTA, HAN LOGRADO DE LAS ZONAS DE PRODUCCIÓN MEDITERRÁNEAS, UN LUGAR PRIVILEGIADO, CON MADUREZ ASEGURADA, ALTO CONTENIDO DE AZÚCARES Y CONTADAS SORPRESAS; SALVO LOS INEVITABLES SUSTOS TÉRMICOS Y TEMPESTUOSOS SEGÚN TEMPORADAS, ZONAS Y CICLOS.

Factor mediterráneo: el beneficio de la luz

Italia, Francia y España son los tres grandes países en superficie y producción. Si el viñedo mundial se construye alrededor de los 8 millones de hectáreas, algo más de 5 son europeas. Y de las europeas 3 millones de hectáreas conforman la superficie de los tres grandes; de los tres tenores de la viticultura. Sin Europa no se concebiría ni la vid, ni el vino, ni las tipologías de elaboración, ni las experiencias, ni la tradición, ni la cultura del vino; al menos de lo que se entiende por cultura en letras mayúsculas.

Hay demasiada tradición oral en lo que se refiere a la cultura histórica del vino y al pobre Noé lo llevan de un lado a otro y no se sabe si hoy día tendría que dejar aparcada su arca.

En lo que a viñedo se refiere, el origen de la vid como planta vivaz y trepadora parece ser Asia. Por otra parte, Australia, Nueva Zelanda, Sudáfrica, junto a California, Chile y otros países productores menos tradicionales que Europa, han conseguido vencer el prejuicio de emergentes haciéndose sin esfuerzo los dueños del mercado global.

Pero desde los demasiados desconocidos inicios del vino como bebida hasta el actual concepto mercantil del vino como producto comercial, es a Europa a quien corresponde, sin discusión ninguna, el protagonismo de la producción, de la creación de estilos, de las experiencias, del crecimiento y muy especialmente del comercio.



Al igual que los suelos pobres constituyen un factor positivo en el viñedo y que sobreproducción es antagónico con calidad, las dificultades orográficas han constituido serios problemas para el tratamiento, manejo y recolección en el viñedo.

CONJUNCIÓN DE FACTORES

El tratamiento de los aspectos vitivinícolas –tanto de temas generales, como concretos– requiere una visión enciclopédica, con la intervención de todos los factores que confluyen en lo que se refiere a la vid y al vino. Por esta necesidad de no rehuir ninguno de los aspectos que hay que tratar cuando al vino nos referimos, siempre hay que complementar los comentarios que generalmente se hacen –casi siempre cortos y lineales– al hablar de lo climatológico, de las influencias marítimas o de las consecuencias y caracte-

rísticas de los vinos procedentes de viñedos próximos a los ríos.

Los mares y concretamente en el marco europeo son los grandes protagonistas, no sólo del comercio y de las vías de navegación, sino de las plantaciones de viñedo, debido al factor humedad insolación. Y ello, aún teniendo en cuenta otros daños colaterales, como sería en algunos casos el exceso de maduración (sobremaduración) y en otros las dificultades de plantación de los viñedos.



El vino lo tiene todo, lo que hay que hacer es buscarlo.

Al igual que los suelos pobres constituyen un factor positivo en el viñedo y que sobreproducción es antagónico de calidad, las dificultades orográficas han constituido serios problemas para el tratamiento, manejo y recolección en el viñedo. De ahí las tremendas dificultades del atlántico viñedo canario y el insostenible pero reconocido trabajo en los bancales de Douro.

Pero quizás, más que el Atlántico sea el Mediterráneo el que ha aportado mayor diver-

sidad universal a través del comercio y la producción de países como Grecia, Italia, Francia y España, refiriéndonos en estos casos exclusivamente a las zonas de producción mediterráneas de dichos países.

En el caso de Francia el viñedo atlántico, que comienza en Aquitania (Gironde, Bordeaux) se confraterniza plenamente con la red fluvial de la pareja Dordoña y Garona, típicamente bordeleses, con la conjunción imprescindible del estuario que se conforma en Pauillac. Toda Francia es

navegable, gran parte de Francia atlántica y otra parte muy importante mediterránea.

Sudoeste, Ródano, Languedoc y Provenza son las mayores beneficiadas del clima mediterráneo y el Arles de Van Gogh huele a muscat. La syrah del Ródano mantiene la sensualidad oriental transmitida por los vientos mediterráneos en un osco suelo. *Riversaltes* y *Banjuls* tienen una entidad mediterránea muy similar con algunos hermanos latinos y mediterráneos de España e Italia.

TANICIDAD, MADUREZ Y DULZOR

El vino lo tiene todo, lo que hay que hacer es buscarlo. La murciana uva monastrell, tan socorrida para granadas y sangrías, ha producido sin embargo uno de los más importantes vinos tintos mediterráneos, el fondillón; si bien en estricta biología la monastrell pertenece al marco mediterráneo y por tanto presente, en lo que al viñedo español se refiere, de en las zonas de producción murcianas en Alicante.

Actualmente, los fondillones tienden a aligerarse, a rejuvenecerse, a no enranciar y, por supuesto, a abaratare y a hacerse asequibles. Pero el fondillón clásico, con tendencia a desaparecer; fue, al igual que el Tokaj, un vino histórico cantado por Shakespeare, Dumas y otros clásicos, si bien la tendencia de la monastrell en vinos con dulzor viene marcada actual-

mente por elaborados no oxidativos conseguidos a base de mostos muy concentrados de color; con o sin pasificación, y generalmente con adición de alcohol rectificado para cortar la fermentación y retener azúcares.

El público en general desconoce los fondillones; como desconoce los oportos y trasladándonos a tierras cordobesas, como desconoce los pedro ximénez.

Se conocen, eso sí, algunos jumillas y yeclas procedentes de monastrell, vinificados en tinto y con un baumé y grado alcohólico alto. Vinos muy fáciles de conseguir con conocimiento y práctica enotécnica, pero con escasos riesgos enológicos y mercantiles.

Conviene situar los productos en su sitio e intentar que haya sitio para todos los productos. Por lo que debe conseguirse que haya nicho de mercado para los jóvenes tintos dulces y también conocedores que sepan apreciar un fondillón clásico, oxidativo, recio, rancio y a caballo entre la tanicidad aguardentosa del atlántico oporto y la histórica manipulación de las vasijas jerezanas con trasiegos responsables y correspondientes mermas.

Uno de los grandes desconocidos del marco mediterráneo español y especialmente típico de Alicante y Murcia es el elaborado a partir de monastrell, en el que se haya conseguido

El Mediterráneo en España y en especial la zona levantina es la productora con mayor capacidad cualitativa y cuantitativa de moscateles dulces...

mantener azúcares residuales y en él convivan el gusto azucarado, la acidez vivaz que lo mantiene viva y la sutil y apreciable tanicidad de la cepa mediterránea.

Vinos mediterráneos españoles éstos que pueden encontrar ciertas referencias –más que similitudes– con lo francosureños *banjuls*.

¡A POR LA MOSCATEL!

La característica aromática es típica de la variedad moscatel. El gusto dulce es un rasgo propio de la variedad moscatel. Un *muscat* de Alsacia recuerda al bebedor español un moscatel mediterráneo. Un moscatel navarro, hace equivocarse al más conocedor que lo asocia a la brisa mediterránea. La riqueza de azúcares depende de los factores de madurez, nunca de la variedad. Hay, por supuesto, vinos de moscatel absolutamente secos con nariz de moscatel y boca vinosa.

La asociación de moscatel con dulzor proviene de lo extendido de la forma de vinificar estos vinos en el amplio marco mediterráneo. De ahí, que la mayoría del público español cuando huele una vendimia tardía de Tokaj, prueba un *aszú* y tiene la dicha de catar un *sauternes*, dice con alegría: “Esto es un moscatel”.

Hay quien confunde también en Francia los *monbazillac* (Bergerac) con los *loupjac* o con



los *riversaltes*. Confusión absolutamente imperdonable por las acusadas diferencias culturales y biológicas que caracterizan a esos vinos.

El público español, tan especializado en síntesis cualitativas como gustativas, suele meter en el mismo saco a todos los vinos que tengan un elevado grado baumé y por tanto altos contenidos de azúcares. Sin distinguir vendimias tardías, *botrytis*, oxidaciones, encabezamientos (fortificaciones), cabeceos o, aún más grave un euro botella/1.000 euros.

Conviene situar los productos en su sitio e intentar que haya sitio para todos los productos.

El Mediterráneo en España y en especial la zona levantina es la productora con mayor capacidad cualitativa y cuantitativa de moscateles dulces; sin olvidar naturalmente los tradicionales moscateles malagueños (también mediterráneos).

Los vinos levantinos son, por tanto, aquellos procedentes de mostos en su mayor parte de alta concentración de azúcares, debido a las características climatológicas y de emplazamiento de los viñedos. Permitiendo, tanto la orografía (sin mayores complicaciones), como el emplazamiento, como el clima, como la uva, un tratamiento alternativo para conseguir de la uva monastrell y de la uva moscatel, vinos secos y vinos dulces. Si bien, salvo en el caso del fondillón, resulta una asignatura pendiente, la capacidad de envejecimiento de los tintos monastrell y de los blancos moscatel; sobre todo teniendo en cuenta que por cuestiones fundamentalmente mercantiles se han presentado a los vinos de monastrell y a los de moscatel como elaborados mediterráneos muy frescos, muy fragantes y en los que deben apreciarse fundamentalmente los aspectos primarios. Ha existido un cierto recelo a criar en barricas los vinos elaborados con monastrell o moscatel; no sólo por la tendencia tradicional al consumo pronto de estos vinos, si no, sobre todo, a las experiencias tradicionales que el viticultor y el elaborador han tenido con los citados varietales. En este sentido, una



vez más, convendría concluir que las diferencias, las naturalezas y las características sustantivas, bioquímicas que han de determinar los vinos, no lo hace el varietal, sino la uva.

AROMÁTICOS Y EQUILIBRADOS, LOS VINOS DE LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN UTIEL-REQUENA, LA MAYOR DE LA COMUNIDAD VALENCIANA, TIENEN EN LA PROFUSA UTILIZACIÓN DE LA VARIEDAD AUTÓCTONA TINTA BOBAL SU FACTOR DIFERENCIADOR Y COMIENZAN A SER AMPLIAMENTE RECONOCIDOS TANTO EN LOS CERTÁMENES INTERNACIONALES DE MAYOR PRESTIGIO COMO POR LOS CONSUMIDORES.

COMUNIDAD VALENCIANA

Utiel-Requena

El feudo de la bobal

Marco

Con una extensión de 41.252 hectáreas de viñedo, la zona de producción de la D.O. Utiel-Requena comprende los municipios valencianos de Caudete de las Fuentes, Camporrobles, Fuenterrubles, Requena, Siete Aguas, Sinarcas, Utiel, Venta del Moro y Villargordo del Cabriel.

Variedades

La vinífera tinta bobal es la más extendida en Utiel-Requena y acapara casi un 80% de la producción. Otras variedades tintas que se cultivan en la D.O. son las tempranillo, garnacha, cabernet sauvignon, merlot, pinot noir y syrah. Entre las blancas, el Consejo Regulador aprueba la macabeo, la merseguera, la planta-nova o tardana, la chardonnay y la sauvignon blanc.



Distribución de variedades (2005)

Variedades	Total (has.)	%
Bobal	32.181	78 %
Tempranillo	5.321	12,9 %
Garnacha	694	1,7 %
Cabernet sauvignon	390	0,9 %
Merlot	336	0,8 %
Syrah	51	0,12 %
Macabeo	1.632	4 %
Planta-Nova	531	1,3 %
Merseguera	42	0,10 %
Chardonnay	57	0,14 %
Sauvignon blanc	17	0,04 %
TOTAL	41.252	100 %

La vinífera tinta bobal es la más extendida en Utiel-Requena y acapara casi un 80% de la producción.

Clima

El clima de la zona es de carácter mediterráneo aunque, por su altitud y un cierto alejamiento del mar (unos 70 km), presenta unos marcados rasgos de continentalidad, con veranos muy cálidos e inviernos fríos y largos en los que son frecuentes las heladas. La temperatura media es de 14° C y las precipitaciones son escasas. La pluviometría anual media es de 430 mm.

Suelo

El relieve de la D.O forma una pequeña meseta en el interior de la provincia de Valencia, de perímetro casi circular y unos 45 kilómetros de diámetro, a una altura media

sobre el nivel del mar entre los 600 y los 900 metros. Los suelos son pardos, con notable contenido de caliza, permeables y pobres en nutrientes.

Los vinos

La D.O. Utiel-Requena es una región mayoritariamente de vinos tintos. Su Consejo Regulador contempla los siguientes tipos de vino:

- **Superior:** vinos blancos, rosados o tintos, sin envejecimiento, que posean unas cualidades organolépticas muy elevadas, según el Consejo.
- **Tradición:** vinos obtenidos a partir de la variedad bobal. Solamente admitirá una

mezcla de otras variedades en un máximo del 30%.

- **Madurado en barrica:** vinos sometidos a un paso o estancia en barrica de roble o cono, cuyo periodo de permanencia en la misma/o, no será superior a seis meses.
- **Crianza:** vinos sometidos a procesos de envejecimiento de, al menos, 6 meses en vasijas de roble. Posteriormente deberán tener un reposo en botella no inferior a 12 meses.
- **Reserva:** sometidos a un tiempo de permanencia en roble de 12 meses. Posteriormente deberán tener un reposo en botella de 24 meses.
- **Gran reserva:** envejecidos al menos 24 meses en vasijas de roble y un reposo en botella de 36 meses.
- **Vino de licor:** elaborados con las variedades autóctonas bobal y tardana.
- **Bobal clásico:** vinos tintos, con o sin crianza,

elaborados con uva de la variedad bobal procedente de viñedos con más de 50 años y con un rendimiento inferior a 3.000 kg.

Mercado

• **Producción**

El volumen total de la cosecha 2005 se situó en 196.049.556 kilos de uva, que se tradujeron en 154.647.500 litros de vino.

• **Ventas en el mercado interior y exportación**

En 2006, se comercializaron un total de 26.867.674 botellas (24.504.674 botellas de vino tranquilo y 2.363.000 botellas de espumoso o cava), de las cuales se exportaron 15.049.886 unidades con destino a más de un centenar de países. Entre ellos, Alemania, Reino Unido, Holanda y Dinamarca destacaron como principales receptores de vino de Utiel-Requena.



LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN VALENCIA PROPORCIONA UNA OFERTA MUY VARIADA DE VINOS: BLANCOS, TINTOS JÓVENES, VINOS ENVEJECIDOS, ESPUMOSOS, VINOS DE LICOR MOSCATEL... NUEVAS PLANTACIONES Y LA APUESTA POR LA ELABORACIÓN DE UN PRODUCTO DE CALIDAD HAN SIDO LOS PRINCIPALES FUNDAMENTOS PARA QUE LA GRAN DIVERSIDAD DE VINOS DE VALENCIA GOCE DE UNA ACEPTACIÓN CADA VEZ MAYOR.

COMUNIDAD VALENCIANA

Valencia

Diversidad de estilos



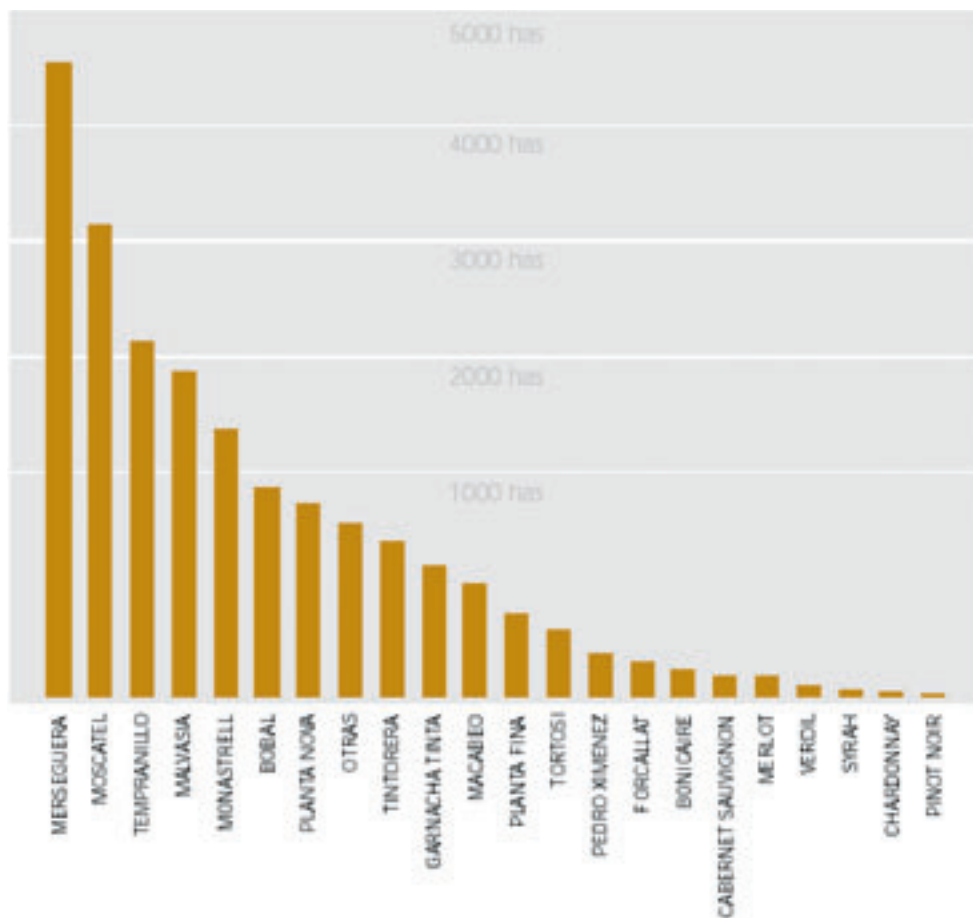
La D.O. Valencia destaca por la elaboración de vinos de estilos muy diferentes.

Marco

Actualmente, la D.O.Valencia cuenta con más de 12.000 viticultores que cultivan una superficie de 18.060 hectáreas de viñedo repartidas en cuatro subzonas de producción: Alto Turia, al noroeste de la provincia; Valentino y Moscatel, en la parte central de Valencia; y Clariano, al sur:

Variedades

Las variedades amparadas por la D.O.Valencia son, las tintas tempranillo, monastrell, bobal, tintorera, garnacha tinta, forcallat, bonicaire, cabernet sauvignon, merlot, syrah y pinot noir; y las blancas merseguera, moscatel, malvasía, planta nova, macabeo, tortosí, planta fina, pedro ximénez, verdil y chardonnay.



Actualmente, la D.O. Valencia cuenta con más de 12.000 viticultores que cultivan una superficie de 18.060 hectáreas de viñedo

Clima

El clima se caracteriza por ser mediterráneo, con fuertes tormentas y aguaceros en verano y otoño. La temperatura media es de unos 15° C y la pluviometría de 500 mm de media anual. La insolación media es de 2.700 horas al año.

Suelo

El viñedo de la zona de producción se asienta sobre suelos pardos, permeables, escasos de humus en sus horizontes superiores y con notable presencia de caliza, situados en altitudes que van desde los 250 en las zonas más bajas hasta los 1.000 metros en la parte más elevada de la subzona del Alto Turia.



Los vinos

La D.O.Valencia destaca por la elaboración de vinos de estilos muy diferentes. La subzona **Alto Turia** proporciona unos vinos blancos brillantes, frescos, afrutados y aromáticos. Los vinos de la subzona **Valentino** son tanto blancos ligeros como tintos suaves, además de los elaborados a partir de la variedad pedro ximénez. En la subzona **Moscatel de Valencia** se producen fundamentalmente vinos de licor de la variedad moscatal romano, así como vinos espumosos. Por su parte, en la subzona **Clariano** se elaboran blancos pajizos y tintos de extenso aroma.

Mercado

• Producción

La producción media de la D.O. es de 650.000 hectolitros de vino.

• Ventas en el mercado interior y exportación

La D.O. Valencia cerró el ejercicio 2006 con una cifra de 45 millones de botellas vendidas, de las que más de 27 millones se destinaron al mercado exterior; principalmente a países de la Unión Europea, con Alemania, Francia, Reino Unido y Dinamarca a la cabeza.

LOS VINOS DE ALICANTE HAN EXPERIMENTADO UNA NOTABLE EVOLUCIÓN DE CALIDAD EN LOS ÚLTIMOS AÑOS, RECUPERANDO EL GRAN PRESTIGIO QUE TENÍAN EN TIEMPOS PASADOS GRACIAS AL CENTENARIO FONDILLÓN. HOY, LOS VINOS DE ALICANTE SIGUEN CONTANDO COMO MEJOR ARMA CON LAS VARIEDADES AUTÓCTONAS MONASTRELL Y MOSCATEL, Y CAMINAN HACIA EL ÉXITO.

COMUNIDAD VALENCIANA

Alicante

El resurgir de un vino histórico

Marco

La zona de producción de la D.O. Alicante se extiende por cincuenta municipios de la provincia, repartidos en dos zonas diferenciadas. Una de ellas abarca el entorno de la capital, el interior de la provincia y la cuenca alta y media del río Vinalopó. La otra, la comarca de la Marina Alta, en la parte norte de la costa alicantina. En total, la superficie de viñedo supera las 14.500 hectáreas.

Variedades

Las variedades autorizadas por el Consejo Regulador son garnacha tinta, garnacha tintorera, monastrell, tempranillo, bobal, cabernet sauvignon, merlot, pinot noir y syrah como tintas, y las blancas chardonnay, macabeo,

merseguera, moscatel de Alejandría, sauvignon blanc, planta fina y verdil. Actualmente, también se experimenta con la variedad tannat, si bien aún no está amparada. La última incorporación oficial ha sido la vinífera tinta petit verdot.

Clima

El clima es mediterráneo y de elevada temperatura media (entre 13° C y 18° C, alcanzando en verano máximas entre 30° y 40°), si bien presenta diferencias entre las dos subzonas de producción. En las comarcas del interior, es bastante seco y recibe influencias continentales por su proximidad a la meseta central, mientras que la Marina Alta disfruta de un microclima favorecido por la brisa marina y ligeramen-

Distribución de variedades

Variedades	Total (has.)	%
Airén	-	4
Bobal	-	1
Cabernet Sauvignon	-	3
Chardonnay	-	1
Garnacha Tinta	-	3
Garchacha Tintorera	-	2
Macabeo	-	1
Merlot	-	2
Merseguera	-	4
Monastrell	-	66
Moscatel	-	6
Pinot noir	-	0
Syrah	-	1
Tempranillo	-	6



te más húmedo. La pluviometría media anual va desde los 300 a los 500 mm.

Suelo

Los suelos donde se asientan los viñedos de la D.O. Alicante son ricos en minerales, contienen un elevado nivel de caliza, nula o casi nula acumulación de arcilla y escasa presencia de materia orgánica.

Los vinos

La D.O. Alicante produce los siguientes tipos de vino:

- **Vino nuevo o vino joven:** vinos blancos, rosados y tintos, embotellados dentro de los 9 meses siguientes a la vendimia y con indicación de su añada en la etiqueta.
- **Cosecha:** vinos elaborados con uva recolectada en el año mencionado en la indicación.
- **Vino criado en bodega:** sometidos a una permanencia en bodega de roble no superior a seis meses.
- **Crianza, reserva y gran reserva:** envejecidos en toneles de roble y botella.
- **Vino rancio Alicante:** vinos que han seguido un proceso de envejecimiento marcadamen-



te oxidativo, con cambios bruscos de temperatura en presencia del aire, durante un período mínimo de 24 meses.

- **Vino noble Alicante:** vinos de riqueza alcohólica exclusivamente natural y elaborados con variedades de uvas principales (las blancas airén, macabeo, merseguera y moscatel, y las tintas garnacha tinta, garnacha tinctorera, monastrell y tempranillo). El proceso de envejecimiento se realiza durante un período mínimo de 30 meses.
- **Vino añejo:** vinos de calidad sometidos a proceso de crianza durante un período mínimo de 36 meses.
- **Moscatel de Alicante:** vinos dulces y de licor moscatel, elaborados a partir de uvas de la variedad moscatel de Alejandría.
- **Fondillón:** indicación exclusiva de la D.O. Alicante, son vinos elaborados con uvas de la variedad monastrell, sobremaduradas en la cepa y añejado durante al menos 10 años en toneles de roble. En la fermentación se utilizan únicamente levaduras autóctonas y la riqueza alcohólica adquirida, hasta 18°, es natural. El fondillón de Alicante está reconocido como uno de los cinco vinos de lujo por la Unión Europea.

Mercado

• Producción

La producción de la campaña 2005-2006 alcanzó los 117.137 Hl de vino. Se elaboraron 9.330.163 litros de vinos tintos, 1.702.540 litros

de blanco y 708.700 litros de vino moscatel.

• Ventas en el mercado interior y exportación (2005-2006)

La comercialización de vino embotellado de Alicante se situó en 9.460.849 unidades, con un crecimiento del 5,34% sobre el ejercicio precedente. El mercado exterior representó un 26,10% de las ventas. Suiza, Alemania y Holanda fueron los principales destinos de la exportación de la D.O. Alicante en la campaña 2005-2006.



COMUNIDAD VALENCIANA

Vinos de la tierra

El Terrerazo

El área de producción está constituida por terrenos ubicados dentro del paraje del Terrerazo, en el término municipal de Utiel, Valencia. Las variedades tintas utilizadas para la elaboración del Vino de la Tierra El Terrerazo son las bobal, cabernet sauvignon, garnacha tinta, garnacha tintorera, merlot, monastrell, pinot noir y tempranillo tinto fino como recomendadas, así como las bonicaire, embolicaire y syrah, como autorizadas. En cuanto a las blancas, las variedades recomendadas son las chardonnay, malvasía, merseguera, moscatel de Alejandría, pedro ximénez, planta fina de pedralba y viura, y las autorizadas las airén, planta nova, sauvignon blanc, tortosí y verdil.

Castelló

La Indicación Geográfica de Vino de la Tierra de Castelló comprende 250 hectáreas de viñedo de tres comarcas vitícolas de la provincia de Castelló: Alto Palancia-Alto Mijares, Sant Mateu y Les Useres-Vilafamés. Las variedades recomendadas y autorizadas son las reguladas por la Comunidad Valenciana también para los Vinos de la Tierra El Terrerazo, anteriormente citadas.

LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN JUMILLA POSEE UNA LARGA TRADICIÓN VINÍCOLA Y, EN LA ACTUALIDAD, SE PRESENTA COMO UNA ZONA EMERGENTE EN LA PRODUCCIÓN DE VINOS DE CALIDAD, HACIENDO OLVIDAR LA IMAGEN DE PRODUCTORA DE VINO RÚSTICO A GRANEL. PASO A PASO, LOS VINOS DE JUMILLA NO SÓLO AUMENTAN SUS CIFRAS DE VENTA SINO TAMBIÉN SE DESCUBREN COMO VINOS VALORADOS POR PÚBLICO Y CRÍTICA.

REGIÓN DE MURCIA

Jumilla

Tradición y renovación

Marco

La zona de producción se extiende por el término municipal de Jumilla, en el norte de la provincia de Murcia, y por seis municipios del sureste de Albacete: Montealegre del Castillo, Fuente Álamo, Ontur, Hellín, Albatana y Tobarra. En la actualidad, están registradas más de 30.000 hectáreas de viñedo en la D.O. Jumilla, de las cuales cerca del 45% se encuentran en la provincia de Murcia y el resto en Albacete.

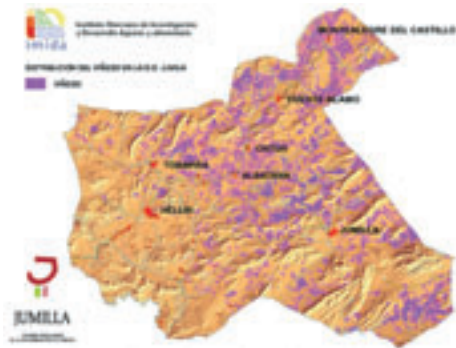
Variedades

La variedad tinta monastrell representa más del 80% de los viñedos de la denominación. Otras variedades tintas autorizadas son la cen-

cibel (tempranillo), la garnacha tintorera, la garnacha, la cabernet sauvignon, la merlot, la syrah y la petit verdot. En cuanto a las viníferas blancas, se admiten las airén, macabeo, pedro ximénez, malvasía, chardonnay, sauvignon blanc y moscatel de grano menudo.

Clima

El clima del marco de producción de Jumilla es continental de influencia mediterránea, con fríos y cortos inviernos que alcanzan temperaturas bajo cero y calurosos veranos en los que se superan los 40°. Soleada y árida, la comarca de Jumilla disfruta de unas 3.000 horas de sol al año, precipitaciones que apenas llegan a 350 mm y una temperatura media anual de 16°.



Suelo

Los viñedos de la D.O. están situados en una altiplanicie rodeada de montañas, a una altitud que oscila entre los 320 y los 900 metros sobre el nivel del mar. Predominan los suelos pardos, pardo calizos y calizos, pobres en materia orgánica, medianamente permeables y de textura franca y franco-arenosa que les confiere una aireación adecuada.

Los vinos

Los vinos más característicos de la D.O. son los tintos y rosados tipificados como Jumilla Monastrell, elaborados con uva de esta variedad en proporción superior al 85%. En Jumilla también se elaboran vinos blancos, tintos de crianza, vinos dulces y vinos de licor. Estos últimos son obtenidos a partir de la variedad monastrell cuyas uvas, en el momento de la

vendimia, deberán presentar una graduación alcohólica natural de al menos 13°.

Mercado

• Producción

La producción de uva de las 44 bodegas inscritas en la D.O. Jumilla durante la campaña 2006-2007 se situó en los 72.843.103 kg., calificándose como vinos amparados 27.145.030 litros.

• Ventas en el mercado interior y exportación

La D.O. Jumilla comercializó un total de 181.204 hectolitros de vino durante el ejercicio finalizado en 2006, de los cuales 122.737 HI correspondieron a vino embotellado. Las ventas de embotellado en el territorio nacional alcanzaron los 70.496 HI, mientras que en el mercado exterior se comercializaron 52.241 HI de vino de la D.O. embotellado.

La variedad tinta monastrell representa más del 80% de los viñedos de la denominación.

LA ANDADURA DE LA JOVEN DENOMINACIÓN DE ORIGEN BULLAS PRÁCTICAMENTE ACABA DE EMPEZAR. NO OBSTANTE, SUS VINOS SON CADA VEZ MÁS CONOCIDOS, SU COMERCIALIZACIÓN SE VA AMPLIANDO A DIFERENTES MERCADOS, TANTO NACIONALES COMO EXTRANJEROS, Y SUS POSIBILIDADES AÚN NO CONOCEN LÍMITES.

REGIÓN DE MURCIA

Bullas

Mirando al futuro

Marco

La zona de producción de los vinos amparados por la D.O. comprende terrenos ubicados en los municipios de Bullas, Calasparra, Caravaca de la Cruz, Cehegín, Lorca, Moratalla, Mula, Pliego, Ricote, Cieza y Totana en la Región de Murcia. En la actualidad, la superficie acogida es de 2.258 hectáreas.

Variedades

La elaboración de los vinos de la D.O. se realiza principalmente con uva de la variedad tinta monastrell, que ocupa aproximadamente el 85% del viñedo de Bullas. Otras variedades autorizadas son las tempranillo, syrah, cabernet

sauvignon, garnacha tinta, merlot y petit verdot como tintas, y las blancas macabeo, airén, chardonnay, sauvignon blanc, moscatel de grano menudo, moscatel de Alejandría y malvasía.

Clima

El clima de la región destaca por sus veranos muy calurosos. No obstante, entre los meses de octubre y abril se producen esporádicamente fuertes vientos y heladas, así como también son habituales las lluvias torrenciales y las tormentas, principalmente en septiembre y octubre. La pluviometría anual media es de 450 mm y la temperatura media es de 15,6 °C.

Suelo

El relieve de la D.O. es accidentado, con altitud ascendente de sur a norte. El viñedo está situado entre los 400 y los 810 metros de altitud y se asienta sobre suelos pardo-calizos y de costra caliza, de bajo nivel orgánico y buen drenaje, así como en suelos aluviales, de características edafológicas muy variables.

Los vinos

La D.O. Bullas produce fundamentalmente vinos tintos y rosados, elaborados con un mínimo del 60% de uva monastrell y el resto de cualquiera de las otras variedades tintas acogidas. En menor medida, también se producen vinos blancos a partir de las variedades macabeo y airén, principalmente.

Mercado

• Producción

En condiciones climatológicas normales, la producción anual de la D.O. alcanza los 10 millones de litros de vino.

• Ventas en el mercado interior y exportación

El año pasado, las bodegas de la D.O. Bullas comercializaron un total de 6.124 hectolitros de vino en el mercado interior. El volumen de vino exportado alcanzó los 1.433 hectolitros.



■ Territorios de la D.O. "Bullas" ■ Localización de las bodegas ■ Delimitación municipio

TRAS UNA RÁPIDA EVOLUCIÓN, EL VINO DE LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN YECLA SE HA TRANSFORMADO EN UN VINO CON PERSONALIDAD PROPIA, ELABORADO CON LAS VARIEDADES TÍPICAS DE LA ZONA COMO LA MONASTRELL. EL INTERÉS DE LOS ELABORADORES DE LA ZONA POR PRODUCIR VINOS DE CALIDAD YA ESTÁ DANDO SUS PRIMEROS FRUTOS.

REGIÓN DE MURCIA

Yecla

Monastrell por naturaleza

Marco

La D.O. Yecla, la compone únicamente su amplio término municipal, situado al noreste de la región de Murcia, limitando con las provincias de Albacete y Alicante. La zona de producción abarca unas 4.600 hectáreas de viñedo amparado, divididas en dos sub-zonas: Yecla Campo Arriba y Yecla Campo Abajo.

Variedades

Los vinos de Yecla se elaboran principalmente con uva tinta monastrell, típica de la zona, que ocupa un 85% de los cultivos. El resto de uvas tintas, el 7,5%, está distribuido entre

las variedades garnacha tinta, garnacha tintorera, tempranillo, merlot, cabernet sauvignon y syrah. Las variedades blancas suponen el 7,5% del terreno de viñedo. De ellas destaca la airén, que acapara un 5% de la superficie de cultivo. La D.O. también autoriza otras variedades blancas como la merseguera, la macabeo, la malvasía y la chardonnay.

Clima

El clima de Yecla es continental, con una oscilación térmica de 19,9 °C, veranos muy calientes e inviernos fríos. Se trata de una zona con una pluviometría muy baja, de 327,4 mm de media anual.

Suelo

Los vinos de la D.O. Yecla nacen de unos suelos de relieve ondulado, situados a una altitud que oscila entre los 400 y los 800 metros sobre el nivel del mar. Están formados por rocas calizas, son profundos y gozan de una buena permeabilidad para el cultivo.

Los vinos

Los tintos elaborados básicamente a partir de la variedad monastrell son los vinos más representativos y abundantes de la zona. Principalmente se producen vinos jóvenes, aunque algunos son envejecidos para dar lugar a crianzas, reservas y grandes reservas. En menor medida, se elaboran frescos vinos rosados (un 15% del total de vino de la D.O.), aromáticos vinos blancos de color amarillo pajizo (en torno a un 5% de la producción), vinos de licor y espumosos. En los últimos años, también destaca la inclinación de varias bodegas de Yecla por la producción de vinos ecológicos.



Mercado

• Producción

Actualmente, la producción de la D.O. Yecla es de unos 5.000.000 de litros de vino amparado al año.

• Exportación

La D.O. Yecla comercializó en el mercado exterior un total de 24.061 hectolitros de vino en el año 2005, según datos del Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX). Alemania, Holanda y el Reino Unido son los principales países importadores de vino de Yecla.



REGIÓN DE MURCIA

Vinos de la tierra

Abanilla

Esta indicación geográfica protegida comprende el municipio de Abanilla y el de Fortuna, en la parte oriental de Murcia, y cuenta con una superficie total en plantación de 1.500 hectáreas, si bien una gran parte del cultivo en Abanilla está protegido por la D.O. Alicante. Las variedades recomendadas para la elaboración del Vino de la Tierra de Abanilla son las tintas garnacha tinta, monastrell y tempranillo, y las blancas airén, merseguera, moscatel de Alejandría, pedro ximénez, verdil y viura o macabeo. También se autorizan las variedades tintas bonicaire, cabernet sauvignon, forcallat tinta, garnacha tintorera, merlot, moravia dulce o crujidera, petit verdot y syrah, así como las blancas chardonnay, malvasía, moscatel de grano menudo y sauvignon blanc.

Campo de Cartagena

La zona de producción se extiende por los municipios murcianos de Cartagena, Torre Pacheco, La Unión y Fuente Álamo, en una superficie que ronda las 90 hectáreas de viñedo. La variedades autorizadas y recomendadas para la elaboración de Vinos de la Tierra de Campo de Murcia son las mismas que las de los Vinos de la Tierra de Abanilla, antes mencionadas.

El sector opina

Salvador Martínez Cervera *Presidente del Consejo Regulador / D.O. Valencia*

¿Considera que el vino de la denominación es suficientemente conocido por la sociedad española? ¿Qué tipologías?

Cada vez más. En los últimos años los vino de la D.O. Valencia han incrementado su presencia y consumo tanto en el mercado nacional como en el regional. Asimismo, el reconocimiento de nuestros vinos en certámenes nacionales de gran prestigio ha ido en aumento con la obtención de numerosos galardones, lo que evidencia mayor proyección.

Respecto a las tipologías, podemos afirmar que tanto los blancos y tintos como nuestros vinos de licor moscatel, son apreciados y demandados. Destaca el caso concreto de la moscatel, con la que se obtiene un producto muy singular; el espumoso de moscatel Reymos, elaborado por Cheste Agraria, el cual ha sido una verdadera revolución desde su salida al mercado. El incremento del consumo de este vino dulce ha obligado a duplicar su producción, tras extenderse por toda España e introducirse con éxito en Europa y en mercados tan prometedores como Estados Unidos, México y Japón.

¿Cómo ha sido la evolución de los vinos de la zona durante los últimos años?

Muy notable, cada año nuestras ventas registran un crecimiento del 10 por ciento. En la actualidad nuestras cifras de comercialización son de 45 millones de botellas, de las que más de 27 millones se exportan.

La Unión Europea, con Alemania, Francia, Reino Unido y Dinamarca a la cabeza, continúa siendo nuestro principal cliente. El mantenimiento del ritmo de crecimiento en destinos ya consolidados, junto a la entrada en nuevos y potenciales mercados ha vuelto a posicionar a nuestros vinos entre los más demandados.

En el mercado local la presencia cada vez mayor de los vinos de la Denominación de Origen Valencia, tanto en las grandes áreas, tiendas especializadas y hostelería, como en restauración, distribución y comercio, va en aumento, con unas ventas cercanas a los 18 millones de botellas en 2006.

¿Cuál es la presencia de los vinos de la zona en la venta total de vinos de calidad en España?

Nuestra presencia es positiva, con una aceptación y reconocimiento cada vez mayor. En el caso concreto de la Comunidad Valenciana



estamos a la cabeza en ventas respecto a las otras denominaciones de origen de la Comunidad.

¿Cómo definiría las perspectivas de futuro de los vinos de Valencia, tanto en el mercado interior como en la exportación?

Esperanzadoras. Hoy nuestros vinos tienen ya una calidad indiscutible y un acreditado prestigio, como demuestra su evidente éxito internacional, avalado con importantes galardones en certámenes de gran prestigio, y con una demanda y proyección cada día mayor.

Un éxito que no es fruto del azar, sino que es

el resultado del esfuerzo y trabajo de nuestras bodegas y viticultores, con la reestructuración del viñedo, la incorporación de tecnología puntera y los nuevos conceptos de elaboración, han permitido que hoy el cliente final perciba este salto cualitativo, y que nuestros vinos estén afianzados en numerosos mercados, logrando de esta forma la fidelidad de nuestros consumidores.

Sin embargo, esta apuesta hacia una mayor calidad debe continuar, con el objetivo de conquistar nuevos canales de comercialización y seguir incrementando nuestro volumen de embotellado.

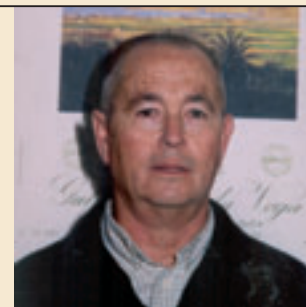
Felipe Gutiérrez de la Vega *Bodegas Gutiérrez de la Vega / D.O. Alicante*

¿Cree que el público español tiene una alta valoración de los vinos de la D.O. Alicante?

La verdad es que no, pero si podemos decir que en los últimos años ha mejorado esta situación, ya que algunas bodegas, como El Sequé, Enrique Mendoza y Gutiérrez de la Vega hemos contribuido a mejorar la imagen de los vinos de Alicante. Además, hay una serie de vinos que destaca en la zona, pero que no tienen resonancia a nivel nacional.

¿Qué tipos de vinos elaborados en la zona son los más consumidos?

Esta es una pregunta a la que debería contestar el Consejo Regulador, ya que se encarga de elaborar las estadísticas. En nuestro caso, los vinos más consumidos son los blancos, que son los que mejor imagen tienen, pero esto no es algo generalizado en toda la denominación, en la que se consumen más los tintos. Nuestra bodega se encuentra en la zona de la Marina Alta, que es la zona por excelencia de la moscatel, mientras que la monastrell es la variedad más extendida en general en Alicante.



A su juicio, ¿qué aspectos de viticultura y enología han contribuido a la mejora de la calidad de los vinos de la zona?

Es indudable que en estos últimos 20 años han habido muchos avances tanto en viticultura como en enología, pero esto es algo generalizado en todas las denominaciones. Se han puesto en marcha una serie de prácticas enológicas y de cultivo que son similares en la gran mayoría de las zonas de producción españolas. Pero uno de los aspectos que no ha beneficiado a la zona de Alicante es el exceso del riego por parte de algunas bodegas, ya que se ha abusado de él para hacer cantidad en vez de calidad.

En los últimos años, algunas bodegas han salido al rescate del histórico fondillón de Alicante ¿Cómo definiría las perspectivas de futuro de este singular vino dulce desde el punto de vista comercial?

En primer lugar, hay que decir que el fondillón de Alicante es un vino que tradicionalmente se elaboraba en la Huerta de Alicante, en la zona de la Condomina, San Juan, Tangel, etc. Sin embargo, esta opinión no es compartida por todos, ya que fuera de la zona de la Huerta de Alicante, también se elaboraba fondillón, en Monóvar y otras zonas de la D.O.

El fondillón de Monóvar fue recuperado en la década de los 70 gracias a Salvador

Poveda, quien entonces no era elaborador, sino que compraba vino y lo envejecía en barricas de 2.000 litros. Se trataba de un vino abocado que se añejaba, pero que no tiene nada que ver con los fondillones de la Huerta de Alicante y que nace de uvas pasificadas por lo que pueden llegar a alcanzar más de 20° de alcohol. Estos fondillones son vinos dulces, muy distintos a los que recuperó Salvador Poveda en la década de los 70, si bien fue él quien los dio a conocer. En cuanto al fondillón de la Huerta de Alicante fui yo quien en la década de los 90 empecé a elaborarlo según se explicaba en un manuscrito de 1800, aunque había quien decía que eso no era fondillón porque el que se conocía era el otro.

En cuanto a las ventas, yo creo que no se pueden vender estos vinos incidiendo en sus aspectos históricos, diciendo que los bebía Luis XV, etc. Desde mi punto de vista, la alternativa es elaborar los vinos tal y como lo estamos haciendo ahora en nuestra bodega, pero sacarlos a la venta antes, es decir, hacer vinos dulces más jóvenes bajo la denominación de fondillón, tal y como se está haciendo en Oporto, ya que los gustos han cambiado y los costes de producción son mucho mayores. Si tenemos que esperar un mínimo de 10 años para poder poner en la etiqueta fondillón no hay posibilidad de ganar dinero ya que son productos muy

caros que el consumidor medio no está dispuesto a pagar. El futuro está por renovarse y elaborar fondillones jóvenes, con cuatro años, similares a los LBV (*Late Bottled Vintage*) de Oporto. Esto es lo que estamos

haciendo en Bodegas Gutiérrez de la Vega donde elaboramos un vino dulce de monastrell del 2005 o del 2004 y que está gustando a un precio más asequible.

Rafael Bernabé *Bodegas Bernabé Navarro / D.O. Alicante*

¿Considera que el vino de la Denominación es suficientemente conocido por la sociedad española? ¿Qué tipologías?

No, aunque últimamente se ha realizado un gran esfuerzo en la promoción de los vinos de Alicante, creo que todavía estamos atrasados con respecto a otras denominaciones.

En lo que respecta a las tipologías, entiendo que para entendidos hablar de Alicante es hablar de fondillón, por poner un ejemplo contundente, para el público en general, sería hablar de los blancos afrutados tipo Marina Alta (la publicidad en la Ser, Carrusel deportivo) ha sido muy efectiva, y los dulces blancos de moscatel, Gutiérrez de la Vega con su Casta Diva Reserva Real, por la boda de los Príncipes. Y donde quizás se tenga mayor desconocimiento y donde creo que tenemos un gran potencial y mucho que decir es en los tintos.

¿Cuáles son las principales diferencias entre los primeros vinos embotellados y los actuales vinos de la D.O. Alicante?

Pues son grandes y sustanciales diferencias. En los primeros embotellados ni se tenían las tecnologías que tenemos ahora en bodega, ni los grandes conocimientos, ni aplicaciones, ni los mimos que prestamos actualmente al campo, en donde radica el todo: sin viticultura no hay vino.

¿Cómo definiría las perspectivas de futuro de los vinos de la zona, tanto en el mercado interior como en la exportación?

Creo que si sabemos seguir trabajando en la línea que estamos de primar calidad a cantidad, la D.O. Alicante puede estar en la rampa de salida para posicionarse en lo alto del ranking de vinos en lo que a calidad se refiere, pues tenemos clima, cepages, terruños, y un largo etc., para que ello se cumpla. La prueba evidente es que en la exportación y en grandes mercados selectivos se tiene una muy buena presencia, añadiendo que el Instituto Valenciano de la Exportación también tiene parte de culpa en ese éxito. El mercado interior cada día reconoce la calidad de los vinos



de Alicante, pero debemos de ir a mas y ser exigentes con nosotros mismos, pues la competencia es fuerte y solo podemos competir desde proyectos de calidad.

¿Qué notas más características aporta su bodega como elaborador de vinos de Alicante?

Nuestra bodega intenta aportar sobre todo terruño, que las personas que caten y beban nuestros vinos sepan que se trata de vinos de Finca Balaguer, que lleguen a saber y entender nuestra tipicidad, nuestra forma de trabajar en la viña, en el campo, etc., y que todo ello

sea un resultado de equilibrio, frescura y elegancia. Todas nuestra elaboraciones empiezan en el campo, con un respeto máximo a la naturaleza, al suelo, y a la materia prima del vino, la uva. En lo que respecta a aspecto comercial, nuestra bodega intenta sacar vinos al mercado listos para consumir y también para guardar, siempre buscando una gran relación calidad precio, e intentar día a día fidelizar a nuestros clientes con nuestro proyecto de bodega, que sea mas amigos que clientes y creo que lo estamos consiguiendo.

Primitivo Quiles *Primitivo Quiles / D.O.Alicante*

¿Considera que los consumidores españoles conocen suficientemente los vinos de la D.O. Alicante?

En Alicante actualmente estamos en una etapa de recuperación, pero quiero dejar constancia que nuestro vino estuvo considerado durante más de cinco siglos como uno de los mejores del mundo, como acreditan las innumerables citas literarias de Salgari, Defoe, Shakespeare o como refleja el Duque de Saint Simon (cronista oficial de la corte del Rey Sol Luis XIV de Francia) cuando dice que “*lo último que tolera su Majestad son bizcochos con fondillón*”, subrayando de ese modo la exquisitez con que se trataba al monarca.

¿Cuáles son los vinos de Alicante preferidos por los consumidores?

Todos los vinos, desde los blancos y rosados pasando por los tintos y llegando a ésa joya enológica que es el fondillón, sorprenden a los paladares más exigentes; y no debemos olvidar los moscateles elaborados con la variedad moscatel de Alejandría que constituyen un exquisito vino de postre.

A su juicio, ¿qué aspectos de viticultura y enología han contribuido a la mejora de la calidad de los vinos de la zona?

Hay que reconocer que las modernas técnicas de elaboración empleadas por los nuevos enó-



logos, propician la mayor expresión de nuestros vinos, que tal como se puede comprobar alcanzan puntuaciones muy importantes en las guías más prestigiosas, sin olvidar que nuestro microclima permite elegir sin problemas el grado óptimo de maduración que potencia y garantiza la máxima calidad de nuestras variedades, especialmente la monastrell.

¿Cuál es la aportación de Primitivo Quiles como elaborador de vinos de Alicante?

Nuestra bodega que es una de las más antiguas de España conserva y atesora la tradición que año tras año se ha ido adquiriendo. En los años 20 del pasado siglo, mi abuelo

elaboraba además de vinos, vermouths, quinados y zumos de uva. Más tarde, con las ilusiones que trajo mi padre tras sus estudios en Francia, se elaboraron cavas.

Tras el paréntesis de la guerra se recuperan dos soleras de una singularidad incomparable: un tonel con un dulce donde se criaba el Gran Imperial y otro con fondillón, ambas soleras de finales del siglo XIX, siendo de las pocas cosas que se salvaron del desastre de la guerra civil y que se siguen conservando. En la actualidad, además de las soleras anteriores, se elaboran vinos jóvenes, semicrianzas, crianzas y reservas, vinos dulces de uva moscatel, vermouth, y el fondillón solera iniciada en 1948.

Josefa Fernández *Bodega Balcona / D.O. Bullas*

¿Considera que el vino de la Denominación es suficientemente conocido por la sociedad española? ¿Qué tipologías?

Realmente no. Es conocido a nivel regional, pero a nivel nacional es una zona que, por estar en la Región de Murcia, aún hay muchos consumidores que se sorprenden de que aquí se elabore vino, y además de alta calidad.

¿Cómo definiría las perspectivas de futuro de los vinos de la zona, tanto en el mercado interior como en la exportación?

Actualmente existe una buena relación calidad-precio en general de los vinos de Bullas. Si el esfuerzo por mejorar continúa, es previsible que Bullas se haga un hueco en el mercado nacional a medio plazo.

El mercado internacional quizás es más fácil que el nacional en estos momentos, y la apuesta fuerte está ahí. Desgraciadamente el consumidor nacional no empieza a conocer y valorarte en España hasta que no consigues éxitos fuera, en otros países.



¿Qué notas más características aporta su bodega como elaborador de vinos de Bullas, tanto hacia los gustos y preferencias del público, como en los aspectos comerciales?

En cuanto a los gustos del público, nuestros vinos: tanto Partal I, como Partal 37 Barricas, suelen sorprender al aficionado por su elegancia, y por su complejidad (fruta-toques de crianza bien conjuntados) y gustan porque no le resultan alcohólicos aunque son vinos

mediterráneos, con 14º, pero con el alcohol bien envuelto por otros muchos matices (balsámicos, minerales,...) que los hacen agradables de beber.

En cuanto a los aspectos comerciales, las ventas se centran en tiendas especializadas, hostelería y restauración; además de vender en la propia bodega, donde ofrecemos visitas guiadas y degustaciones.

Alfredo Candela *Bodegas Antonio Candela e Hijos. Señorío de Barahonda / D.O. Yecla*

¿Considera que el vino de la Denominación es suficientemente conocido por la sociedad española?

Creo que todavía nos queda mucho trabajo por hacer para ser lo suficientemente conocidos en España como una de las D.O. de reconocido prestigio, pero poco a poco lo estamos consiguiendo.

¿Cuáles son los vinos de Yecla preferidos por los consumidores? ¿Por qué motivos?

Lo que nosotros estamos viendo en base a las ferias, a las catas y especialmente en el restaurante que tenemos en la bodega, es que el consumidor quiere vinos con cuerpo, estructura pero especialmente afrutados y que al mismo tiempo sean fáciles de beber. Yo creo que a la gente lo que le gusta son vinos que te inviten a disfrutar de los mismos con una buena comida y que no sean demasiado complejos y con demasiada

madera. El vino y las características de las variedades con las que esté elaborado tiene que predominar sobre todo lo demás.

¿Cree que el vino de Yecla es apreciado por los compradores como un vino de calidad?

El que es aficionado a beber y entiende de vinos sabe perfectamente que los vinos de Yecla han evolucionado en los últimos años espectacularmente y sabe que son vinos de muchísima calidad, lo único que nos falta como decía antes es que cada día haya más gente que conozca nuestros vinos.

¿Cómo definiría las perspectivas de futuro de los vinos de la zona, tanto en el mercado interior como en la exportación?

Las perspectivas a nivel nacional son buenas aunque nos costará tiempo hacernos un



hueco. En cuanto a la Denominación de Origen, somos unas de las que proporcionalmente más exportamos de toda España, con lo cual doy a entender que somos más reconocidos en el exterior que en España.

Robert Parker en sus catas definió a los vinos

de Señorío de Barahonda como uno de sus grandes descubrimientos de todas sus catas. A nivel nacional podemos destacar uno de nuestros vinos, el HC Heredad Candela Monastrell 2005, galardonado con el Gran Baco de Oro como el mejor vino de España por la UEC (Unión Española de Catadores).

Guillermo Planas *Bodegas Castaño / D.O.Yecla*

¿Considera que el vino de la Denominación es suficientemente conocido por la sociedad española? ¿Qué tipologías?

El conocimiento y cultura del vino por parte de la sociedad española ha avanzado en la última década, hay más interés y curiosidad en probar diferentes vinos, por ello es fundamental el trabajo desarrollado tanto por bodegas Castaño, como por parte del Consejo Regulador, en la divulgación de los vinos de la D.O Yecla, basada en dar a conocer las particulares condiciones de la zona para la producción de vinos de calidad.

Tenemos la suerte de contar con una variedad de uva tinta como la monastrell, variedad autóctona y adaptada al clima y suelo de la zona, que nos ofrece cuando es elaborada con parámetros de calidad, unos vinos únicos y personales.

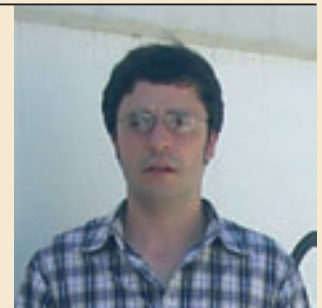
¿Qué experimentos llevan a cabo con la uva monastrell para sacar el máximo partido a esta

variedad vinífera para la elaboración de vinos de calidad?

La experimentación y desarrollo, es constante en Bodegas Castaño, siempre respetando el carácter de la monastrell. La base de la experimentación se realiza en el viñedo, con controles de carga por cepa, maduración fenólica, continuando en la bodega con microfermentaciones, crianzas en diferentes barricas y tipos de roble y posterior embotellado de pequeñas partidas, observando su evolución.

¿Qué notas más características aporta su bodega como elaborador de vinos de Yecla, tanto hacia los gustos y preferencias del público, como en los aspectos comerciales?

Por nuestras condiciones climáticas y tipo de uva (monastrell), en Bodegas Castaño, ofrecemos vinos con rasgos mediterráneos, maduros, intensos, con personalidad propia, únicos y como antes comentaba de una excelente relación calidad-precio.



Pedro José Martínez Marín *Casa de la Ermita / D.O. Jumilla*

¿Cree que el público español tiene una alta valoración de los vinos de la D.O. Jumilla?

Estamos mejorando continuamente la imagen en el consumidor final, aunque todavía hay mucho camino por recorrer. Por suerte, los consumidores jóvenes más informados, los consumidores potenciales para el futuro a medio plazo, tienen muy buena imagen de Jumilla.

¿Qué tipo de vinos elaborados en la zona son los más consumidos?

Jóvenes y con crianza. Suelen tener características como color intenso, taninos dulces y elegantes, intensidad frutal y postgusto largo.

¿Considera que se puede hablar de un solo jumilla o existen productos de diferentes tipos por calidades, elaboración, procedencia de la uva u otras características diferenciadores?

Hay características comunes, pero cada marca, cada tipo de vino tiene sus propias caracterís-

ticas que le otorgan una personalidad diferenciada. Por ejemplo, nuestro Petit Verdot Crianza, no se parece en nada al Casa de la Ermita Crianza y, sin embargo, tienen rasgos comunes a la zona que los diferencian de los de otras denominaciones de origen.

¿Cuáles son las principales características de su bodega como elaborador de vinos de Jumilla, teniendo en cuenta los gustos y preferencias del público y los aspectos comerciales?

Hemos intentado desde la creación de la bodega hacer vinos con personalidad propia y diferenciados, y creo que lo hemos conseguido. En un mundo tan competitivo como el del vino, o se tienen diferencias, o se pierde el proyecto entre tantos otros similares. Comercialmente, hemos cuidado y cuidamos al cliente final, él es el que nos ha puesto en el mapa y se merece toda nuestra atención.



José M^a Vicente *Julia Roch e Hijos (Casa Castillo) / D.O. Jumilla*

¿Se puede hablar de una evolución de los vinos actuales de la D.O. con respecto a los primeros jumillas embotellados? ¿Cuáles son las principales diferencias?

Jumilla como zona emergente no para de evolucionar. Aún queda mucho camino por reco-

rrer y la incorporación todos los años de nuevas bodegas y nuevas referencias incentiva esa evolución. El jumilla actual ha perdido en rusticidad y cuerpo excesivo a favor de vinos más limpios, frescos y elegantes.



¿Cree que el consumidor aprecia más el label de la denominación o la marca?

La marca sin lugar a dudas, a esto han contribuido la acertada comercialización de sus vinos por parte de las bodegas. El label Jumilla genérico, sobre todo en el mercado interior; sigue sin remontar un pasado labrado en el vino a granel.

¿Qué notas más características aporta su bodega como elaborador de vinos de Jumilla, tanto hacia

los gustos y preferencias del público, como en los aspectos comerciales?

Todos nuestros vinos se elaboran exclusivamente con uvas de nuestros propios viñedos, no compramos uva ni vino, por tanto mantienen año tras año un estilo y personalidad bien diferenciada. Damos preferencia al cultivo y tipo de suelo, elaborando por separado, frente a la variedad, y así lo reflejan nuestras marcas: Las Gravas, Valtosca y Pie Franco.

Luis Sánchez Bodegas Luzón / D.O. Jumilla

¿Considera que el vino de la denominación es suficientemente conocida por la sociedad española?

Jumilla de larga tradición vitivinícola y con una presencia como denominación de origen entre las más antiguas de España y siendo conocidos en el sector productivo de vinos de España, no lograba convencer del nivel de sus vinos, lamentablemente ha tardado tiempo en encontrar su definición singular dentro del entorno particular y de caracterización de sus vinos. Considerada como una zona excepcional para la producción del viñedo y única por la expresión que alcanza la nobleza y fortaleza de nuestra monastrell, el consumidor se está acercando a nuestros vinos sorprendiéndose y disfrutando de una calidad gratamente diferenciada que cuanto menos, le

equipara a reconocidos vinos, rompiendo así el concepto que en el tiempo se ha transmitido de los vinos de Jumilla, consolidándole como una clara opción de personalidad que hace disfrutar a los sentidos.

¿Cuáles son las principales diferencias entre los primeros vinos embotellados y los actuales vinos de la D.O. Jumilla?

De aquellos primeros vinos con apenas unas sensaciones frutales, finos y ligeros por estructura y faltos de definición en el entorno vitivinícola propio de la zona, hemos ido profesionalizando a todo el sector e implicando a viticultores y bodegueros para conjugar tecnología y tradición, consiguiendo la mejor elabora-



ción de las uvas para la obtención en la actualidad, de vinos más definidos y sobre todo de mayor identidad.

¿Cuáles son los vinos de Jumilla preferidos por los consumidores?

Por número se diría que los vinos Jóvenes, pero son los vinos de crianza entre 6/12 meses en bodega de roble los que con su complejidad, amplitud y fineza, han llegado al consumidor, creando la expectativa de un jumilla muy diferente y con gran proyección en el futuro inmediato entre los vinos españoles.

A su juicio, ¿Qué aspectos de viticultura y enología han contribuido a la mejora de la calidad de los vinos de la zona?

La renovación de parte del material vegetal, incorporando variedades como cabernet sauvignon, merlot, syrah y petit verdot que se han adaptado a los suelos pobres y al clima mediterráneo, aportando producciones de gran calidad y descubriéndose como un perfecto complemento de la variedad monastrell. Esto ha contribuido a la mejora del

cultivo e implicación activa y directa del viticultor, de manera conjunta con la enología de cada bodega, en la obtención de las mejores uvas para que sean la base del vino, síntesis del carácter de la zona. Las bodegas han ido incorporando la tecnología en cada proceso, permitiendo una enología adecuada a la definición de cada vino en sus fases de elaboración, crianza y conservación.

¿Qué notas más características aporta su bodega como elaborador de vinos de Jumilla, tanto hacia los gustos y preferencias del público, como en los aspectos comerciales?

En Bodegas Luzón sumamos la ilusión por el trabajo con el conocimiento exhaustivo de las 600 Ha de viñedo que tenemos. Un seguimiento riguroso de esas cepas nos permite obtener uvas con la adecuada madurez y concentración. De esta forma, nuestros mejores vinos mantienen, además de su carácter, una calidad consistente año tras año. Pretendemos que gusten al mayor número posible de consumidores, y que a todos ellos les abran sus sentidos y les transmitan satisfacción.

ESTAMOS EN UN MOMENTO EN EL QUE QUIEN NO ENTIENDE DE VINO PARECE QUE NO ES NADIE. LEJOS QUEDARON AQUELLAS NECESIDADES NUTRICIONALES, QUE OBLIGARON A NUESTROS PADRES A MERENDAR PAN EMPAPADO EN VINO Y AZÚCAR O AQUELLAS OTRAS CUESTIONES, MÁS RECIENTES, DE ASOCIAR EL VINO A SUS ELEMENTOS HISTÓRICOS Y CULTURALES. INCLUSO AQUELLOS QUE LO RELACIONABAN CON SUS EFECTOS BENÉFICOS PARA LA SALUD PARECEN HABER QUEDADO DEMODÉ.



Por
Salvador
Manjón

Vinos de la Comunidad Valenciana, una apuesta decidida

Hoy hay que saber de vino, sencillamente; porque sino no eres nadie. Al menos socialmente hablando, pues no hay tertulia, reunión alrededor de una mesa o apariencia de estatus social donde el vino no ocupe un lugar destacado.

Pero claro, hablar de vino puede hacerlo cualquiera y si no miren quién lo está haciendo, un simple aficionado cuyo único mérito para ocupar estas líneas es el editar una revista que va dirigida al sector vitivinícola, pero cuyos conocimientos están muy por debajo de los que miles y miles de personas alardean de tener cada vez que se enfrentan a una botella.

Hacerlo con propiedad y seriedad, eso ya es otra cosa, y aun así prácticamente no hay día en el que desde algún medio de comunicación escrito, radiofónico, incluso televisivo, no aparezca el Vino y su Cultura, esta vez sí en mayúsculas, como protagonista de un programa o artículo con el noble objetivo de abastecer de información a esos insaciables rapaces consumidores, ávidos de deseos de aprender cuanto más pequeño detalle mejor o, referencia remota, con la que aprobar con buena nota ese examen en el que se ha convertido la elección de un vino en un restaurante.

...no hay tertulia, reunión alrededor de una mesa o apariencia de estatus social donde el vino no ocupe un lugar destacado.

Que no sólo en un restaurante, ya que incluso cuando los compramos para el consumo en nuestra propia casa, rodeados de los nuestros, no deja de estar presente esa carga social que lleva en sí mismo el vino. Es menor, cierto, pero ni aún así es posible despojarlo de todo ese bagaje con el que unos y otros nos hemos encargado de acompañar aquella bebida que originalmente fue concebida como néctar de dioses.

Pero ya se sabe, lo relacionado con nuestro estatus social no tiene fin y, si antes bastaba con recordar alguna nota de cata, premio conseguido por la bodega y que les voy a decir si éramos capaces de hacer referencia al enólogo o los mismos bodegueros ¡eso ya era el acabose!; hoy en día, además, se nos exige un cierto riesgo, hay que apostar por lo desconocido, diferenciarnos de la generalidad, sorprender y todo ello siempre sin defraudar.

Críticos de renombre mundial le deben a esta relación social su encumbramiento y, por qué no, también algunas zonas y bodegas que sin ella es muy posible que todavía siguieran en el oscurantismo para la mayoría de los consumidores.

Regiones y comarcas como lo fueron Rioja o Jerez, posteriormente, Ribera del Duero o Priorato, vinos todos ellos de excelente calidad –aunque yo me pregunto si hoy la calidad sigue siendo un aspecto diferenciador o simplemente ha pasado a convertirse en un requisito mínimo–,

están dando paso a otras denominaciones que por su novedad o cambio de concepción aportan algo más de ese valor añadido que busca el consumidor:

España es, y no es una opinión personal, el país productor que mayor potencial de crecimiento, hablando siempre desde el punto de vista cualitativo percibido por el consumidor; tiene de todo el mundo. Sus diferentes zonas geográficas, amparadas casi todas ellas por denominaciones de origen, son capaces de aportar ese alto grado de emoción que debe tener cualquier vino y, aunque todavía hoy hayan consumidores que no lo entiendan o bodegueros que prefieran que sean otros los que le saquen el partido comercial, el tiempo acabará poniendo a cada uno en su sitio. Y a los vinos españoles en lo más alto del podium.

Todo esto me hubiera servido para hablarles del Bierzo, Toro, La Mancha o Jumilla y así hasta prácticamente la totalidad de las más de sesenta denominaciones de origen que componen nuestro panorama vitivinícola. Pero no lo he hecho para hablarles de ninguna de ellas. Lo he hecho para hacerlo de los vinos de la Comunidad Valenciana, de las tres denominaciones de origen que en ella se integran: Alicante, Utiel-Requena y Valencia. Comarcas en las que sus técnicos no han tenido complejos a la hora de volver sobre los sistemas de elaboración y crianza con los que tradicionalmente habían

...les voy a retar a que la próxima vez que se encuentren frente a frente con la elección de un vino lo hagan por alguno de esta Comunidad.

venido vinificando sus mostos, e incluso sobre las mismas técnicas de cultivo y, desde un profundo respeto a sus variedades autóctonas pero sin darle la espalda a aquellas otras de gran reconocimiento mundial y bien adaptadas a su climatología y orografía, poner en el mercado aquellos vinos que mejor se adaptan a las pretensiones de los consumidores.

No voy a darles ni una sola cifra, ni les voy a nombrar una comarca, por supuesto ni una sola bodega o marca, tan sólo les voy a retar a que la próxima vez que se encuentren frente a frente con la elección de un vino lo hagan por alguno de esta Comunidad. Les puedo asegurar que a determinados precios tienen el éxito asegurado. Pero es que todavía hay más y es que, a un nivel de precio algo más reducido, las probabilidades de acertar en la elección, aconsejan asumir el riesgo.

Quienes han tenido la ocasión de visitar Valencia o Alicante recientemente saben de lo que les estoy hablando, pero es que no le quedan a la zaga proyectos de enoturismo como los de Utiel-Requena. Quienes no lo hayan hecho yo les recomendaría que se acercaran a nuestra Comunidad y, a ser posible, que lo hicieran de la mano de nuestros vinos. Les puedo asegurar que no se van a sentir defraudados. La progresión, el dinamismo, la modernidad, la luz y la alegría que transmite nuestra Comunidad son cualidades que tienen su perfecto reflejo en nuestros vinos

y, aunque todavía nos queda mucho por hacer en el terreno comercial, es un buen momento para apostar por cualquiera de sus excelentes bodegas e intentar sorprender a sus amistades con alguna botella que sin duda recordarán con el paso de los años, al tiempo que aumentará su prestigio social como consagrado neófito.

Y aunque como ya les decía: hoy habla de vinos cualquiera. Aunque sólo sea por los más de sesenta años que llevamos tratando de informar desde las páginas de "La Semana Vitivinícola" de todo cuanto va ocurriendo en el sector; les pediría que me otorgasen ese beneficio de la duda y destinaran no más de 20 euros de su presupuesto vinícola en esta apuesta. No se van a arrepentir:

Quienes no lo hayan hecho yo les recomendaría que se acercaran a nuestra Comunidad y, a ser posible, que lo hicieran de la mano de nuestros vinos.



AL ANALIZAR EL PANORAMA DE LA VITICULTURA DE VINIFICACIÓN EN LA MITAD SUR DEL MEDITERRÁNEO ESPAÑOL, DEBEMOS CONSIDERAR LAS CARACTERÍSTICAS AGROCLIMÁTICAS DE ESTAS REGIONES, CON CONDICIONES DE CLIMA EXTREMAS; LAS ESCASAS LLUVIAS SE CONCENTRAN EN PERIODOS MUY CORTOS, FUNDAMENTALMENTE EN SEPTIEMBRE-OCTUBRE Y, CON FRECUENCIA, DE FORMA TORMENTOSA.



Por
Fernando Riquelme
Presidente de la Cofradía
del Vino Reino de la
Monastrell

El carácter de los vinos de monastrell: tradición e innovación

Las temperaturas son altas, con inviernos suaves, aunque en las zonas elevadas en algunos años se pueden producir heladas. En este contexto hay que destacar la fuerte insolación, 3.000 horas de sol al año, así como las brisas de aire seco. Los suelos son pobres, con muy bajo contenido en materia orgánica, ricos en caliza y de estructura arenosa y pedregosa.

En estas entorno, la variedad monastrell se ha adaptado perfectamente y es capaz de sobre-

vivir incluso en los años de fuerte sequía, aunque con producciones reducidas se recupera posteriormente cuando dispone de pluviosidad más favorable. Su cultivo contribuye a la lucha contra la erosión, el mantenimiento del paisaje y la conservación de los suelos en las parcelas cultivadas. Al mismo tiempo, la reducida utilización de productos fitosanitarios y abonos de tipo mineral, genera un cultivo de fuerte carácter ecológico.

Desde un punto de vista agronómico, la variedad monastrell:

- Se caracteriza por su rusticidad y austeridad: se adapta y vegeta bien en suelos pobres y es resistente a la sequía.
- Es de brotación tardía, vigorosa y de porte erguido.
- Produce racimos de tamaño medio y compacto, con granos redondos y pequeños, de color negro-azulado, con abundante pruina.

La monastrell, es la tercera variedad más importante en superficie cultivada en España y la segunda entre las tintas, representando el 7,2%. Aunque tiene su gran área de producción en el entorno del mediterráneo español, alcanza en todo el mundo unas 140.000 hectáreas, destacando además de las denominaciones indicadas, zonas de otros países: Languedoc y Provenza en Francia (4.000 ha), Argelia y otros países del norte de África (20.000 ha), valle de Barossa y Nueva Gales del Sur en Australia (2.500 ha), California (1.800 ha).

¿Pero cuáles son las características, las cualidades de esta variedad? ¿Cuál es su importancia y su aceptación en la elaboración de los vinos?

La monastrell es una variedad eminentemente mediterránea, que transmite calidez, armonía, suavidad y tranquilidad. Enológica alcanza una composición equilibrada, en azúcares y ácidos, muy rica en taninos, con aromas y

bouquet propios. La aplicación de técnicas agronómicas apropiadas, buena maduración y elaboración adecuada, permiten obtener una gama muy amplia de vinos de calidad:

- Rosados, de color rosa frambuesa, limpios y brillantes, con aromas intensos a fresa, mora y regaliz y frescos en boca.
- Vinos tintos jóvenes, tanto de maceración carbónica como de elaboración tradicional, ricos en aromas afrutados, bien cubiertos de color; con alegres tonos violáceos. Amplios y sabrosos en boca.
- Macerando más tiempo, se obtienen vinos aptos para la crianza, resultando vinos muy aromáticos, con caracteres afrutados y especiados, con cuerpo y persistentes en boca.
- Proporciona excelentes vinos naturalmente dulces y de licor de gran calidad, con aromas a frutas muy maduras, suaves y envolventes en boca.
- También espumosos y cavas.

Los vinos de monastrell se han valorado tradicionalmente por su color, extracto y grado alcohólico; en la actualidad son vinos en los que destaca el terruño y la variedad, el carácter mediterráneo; son vinos cálidos, con mucho cuerpo y extracto, pero armónicos e integrados.



¿Si la variedad, el suelo y el clima son los mismos, a qué se debe la personalidad actual de los vinos de monastrell? ¿Qué revolución se ha producido para que los vinos de Murcia se sitúen entre los más destacados en las evaluaciones de los grandes críticos internacionales?

La respuesta es: renovación. Gracias a los mejores conocimientos científicos, se ha producido la innovación en múltiples facetas: agronómica, enológica, tecnológica, información del mercado, etc. Se aplican estudiadas técnicas de cultivo del viñedo, con control de las aportaciones de agua en los momentos más oportunos del desarrollo, control de la masa vegetal y de la cantidad de cosecha, concreción del momento idóneo de cosecha en función de las características de los vinos a elaborar, etc.

En bodega, se lleva a cabo control de temperatura de la vendimia, durante la fermentación, maceración, crianza y conservación de los vinos; así como estudio y seguimiento de los procesos de maceración, extracción, filtración y clarificación.

Otro aspecto importante de los actuales vinos es la gran armonía que las variedades foráneas le han aportado, pues han ensamblado perfectamente con la autóctona monastrell, enriqueciendo a los vinos en características aromáticas y consistencia.

Ocupa un lugar destacado la renovación de la tecnología, instalaciones e infraestructura en bodega. Se ha producido una intensa modernización, la aplicación de frío, en todos los procesos ha sido fundamental, la sustitución de los depósitos y maquinaria obsoletas por elementos de acero inoxidable, la rotación del parque de barricas con una adecuada selección de calidad. Todos estos factores han sido contribuido a que los nuevos vinos de monastrell hayan logrado la satisfacción de los consumidores.

Pero sobre estos elementos destaca el esencial, el factor humano, los empresarios y los técnicos agrícolas y enólogos, son los verdaderos autores de los logros alcanzados. Deben tener, poseen, una elevada capacidad con esos medios y técnicas citados anteriormente; su base de conocimientos, formación académica y su experiencia hacen posible la adecuada dirección y orientación de sus necesidades.

Sin embargo, todos sabemos que una base científica, una magnífica titulación, son necesarias, pero no son garantía del éxito en este mundo tan competitivo. Es necesario tener ideas, iniciativas, decisiones. ¿Cuál es el pensamiento, la perspectiva futura de estos artistas de la monastrell? ¿Hacia dónde se orienta la elaboración de estos vinos?

Son preguntas muy complejas, probablemente recibiríamos respuestas muy diversas y dispersas.

¿Qué revolución se ha producido para que los vinos de Murcia se sitúen entre los más destacados en las evaluaciones de los grandes críticos internacionales? La respuesta es: renovación.





Una cuestión es clara, los vinos de esta zona, los vinos de monastrell, son cada vez más reconocidos en los certámenes nacionales e internacionales y demandados por los consumidores.

¿Cuál es la imagen fundamental que nuestros bodegueros están desarrollando hoy en día, cuál es el vino que desean elaborar? ¿Qué papel juega la monastrell en sus expectativas?

Las tendencias mundiales han mostrado en los últimos años una cierta orientación hacia vinos más intensos, con presencia de fruta madura, con taninos, color, robustez y de carácter muy identificado. En esta línea de apreciación, la monastrell se encuentra en una magnífica posición, en especial en el sureste español, donde esta variedad alcanza su más alta expresión y en las que claramente aporta: madurez, taninos suaves, estructura, integración del alcohol y un final potente, factores que se enriquecen con la complejidad que aporta el paso por barrica.

Esta orientación, en la que tradición de los vinos de monastrell ha sabido adaptarse con pleno éxito, progresa en la actualidad con el desarrollo de nuevas tendencias, de nuevos avances, donde la fruta debe estar presente, lo más concentrada posible, con una vinificación que respete las características de la variedad y la personalidad de la zona, *el terruño*.

El objetivo a alcanzar son vinos con delicadeza, finura, bouquet, de gran calidad, aromáticos, tánicos y estructurados, aptos para crianza en roble, en los que destaque el carácter de la monastrell con todos sus rasgos propios.

La nueva tendencia valora el carácter varietal, evitando la *uniformización* de los productos a nivel mundial, invocando la defensa de la tipicidad, es necesario luchar contra una eterna mediocridad. Con mentalidad renovadora, pero respetando las características y la tradición, respetando los antecedentes del producto y su peculiar modo de preparación.

De este modo, los grandes vinos elaborados con la variedad monastrell, permiten ofrecer el carácter autóctono, singular; que se diferencia, destaca e identifica perfectamente con la personalidad mediterránea y las tierras de procedencia, que haciendo honor a nuestra tradicional hospitalidad, debemos dar a conocer y compartir con los invitados y amigos.

Pero sobre otros elementos destaca el esencial, el factor humano, los empresarios y los técnicos agrícolas y enólogos, son los verdaderos autores de los logros alcanzados.

LA COMUNICACIÓN TITULADA: “EL ROBLE ESPAÑOL: UNA ALTERNATIVA PARA LA CRIANZA DE VINOS DE CALIDAD” RESULTÓ GANADORA DEL PREMIO A LA MEJOR COMUNICACIÓN LIBRE PRESENTADA EN EL XIII CONGRESO NACIONAL DE ENÓLOGOS, QUE TUVO LUGAR EL PASADO MES DE MARZO EN LOGROÑO.

EN ESTE TRABAJO SE ESTUDIÓ LA EVOLUCIÓN DE UN VINO TEMPRANILLO DE LA D.O.C.A. RIOJA DURANTE UN AÑO DE CRIANZA EN BARRICAS DE ROBLE DE DIFERENTES ORÍGENES: *Quercus alba* AMERICANO, *Quercus petraea* FRANCÉS (*Allier*) Y ESPAÑOL (NAVARRA). LOS RESULTADOS OBTENIDOS PUSIERON DE MANIFIESTO LA CALIDAD ENOLÓGICA DEL ROBLE ESPAÑOL (*Q. petraea*), PROCEDENTE DE NAVARRA, PARA LA CRIANZA DE VINOS EN COMPARACIÓN CON LAS MADERAS TRADICIONALMENTE EMPLEADAS EN TONELERÍA (AMERICANO Y FRANCÉS). POR ELLO, LA MADERA DE ROBLE ESPAÑOL PUEDE CONSIDERARSE UNA ALTERNATIVA POTENCIAL FRENTE A LAS MISMAS, TENIENDO EN CUENTA QUE SE REQUIERE UNA ADECUADA GESTIÓN Y EXPLOTACIÓN DE LAS MASAS FORESTALES EXISTENTES, LO QUE SUPONDRÍA UNA NOTABLE MEJORA EN SU APROVECHAMIENTO.

Juana Martínez

Sonia Ojeda

Pilar Rubio

Estrella Cadahía'

Brígida Fernández de Simón'

El roble español: una alternativa para la crianza en barrica de vinos de calidad

INTRODUCCIÓN

La crianza en barrica es una práctica tradicional aplicada a los vinos tintos reconocidos por su calidad (borgoña, burdeos, rioja,...), que en los últimos años ha experimentado una expansión sin precedentes y que se ha extendido a muchas otras zonas. Durante este proceso los vinos experimentan una importante modificación en su composición,

mejoran sus características sensoriales y aumentan su estabilidad, como consecuencia del aporte de sustancias propias del roble, principalmente aromas y taninos, y de las reacciones oxidativas que se favorecen. Hasta una época reciente, ha sido realizada de forma empírica y todavía no se conocen bien muchos



de los factores implicados en el proceso. El origen de la madera de roble, estrechamente relacionado con las especies cultivadas en cada zona, y la técnica tonelera aplicada en la fabricación de la barrica, especialmente el grado de tostado, son los factores que más influyen en su composición.

En los últimos años, han sido muy numerosos los estudios desarrollados en diferentes zonas vinícolas españolas que confirman la gran influencia que la especie y origen del roble tienen en la calidad final de los vinos. El roble americano ha sido utilizado de forma mayoritaria, pero desde hace algunos años se observa una tendencia creciente hacia la introducción de barricas de roble francés y de otros países del este europeo, debido a las características positivas que aportan a los vinos.

En España, en el Centro de Investigación Forestal (CIFOR) se han llevado a cabo numerosos estudios con el fin de caracterizar la madera de los robles existentes y estudiar sus posibilidades para la fabricación de barricas destinadas a la crianza de vinos de calidad. Como consecuencia de los favorables resultados obtenidos en las primeras experiencias de crianza de vinos en roble español, y teniendo en cuenta la gran demanda de barricas y la necesidad de búsqueda de nuevas fuentes de suministro de madera, se está planteando el aprovechamiento de algunas masas forestales





La madera de roble utilizada para la fabricación de las barricas fue secada de forma natural, y se le aplicó un tostado de tipo medio.

con el objetivo de obtener madera de calidad para tonelería.

En este trabajo se ha estudiado la potencialidad enológica del roble español, procedente de Navarra, para la crianza de vinos de la D.O.Ca. Rioja en comparación con las maderas tradicionalmente usadas en tonelería (americana y francés).

MATERIAL Y MÉTODOS

Un vino tinto varietal de tempranillo, de la D.O.Ca. Rioja, elaborado en la cosecha 2003 se envejeció durante 12 meses en barricas nuevas de 225 l. de capacidad, de roble de diferentes orígenes: *Q. alba* americano y *Q. petraea* francés (*Allier*) y español (Navarra). La madera de roble utilizada para la fabricación de las barricas fue secada de forma natural, y se le

aplicó un tostado de tipo medio. Los vinos se trasegaron a los 6 meses y, al cabo de un año en barrica, se tomaron muestras para su control analítico y sensorial.

Se estudió la evolución de la composición fisicoquímica del vino en cuanto a parámetros generales y compuestos polifenólicos. Igualmente, se analizaron los principales compuestos volátiles aportados al vino por la barrica, mediante cromatografía de gases y líquida, según la metodología puesta a punto.

La valoración organoléptica fue efectuada por un panel de cata en el que participaron técnicos expertos, pertenecientes a centros oficiales y empresas privadas de la D.O.Ca. Rioja. Las muestras se evaluaron de forma comparativa, mediante cata ciega y en orden aleatorio. Se empleó una ficha de cata con puntuación

decreciente, en la que además se incluyó la valoración cuantitativa de los atributos sensoriales aportados por la barrica.

RESULTADOS

La composición de los vinos se modificó a lo largo del tiempo de crianza, observándose importantes diferencias significativas en función del origen del roble después de un año en barrica. Un resumen de estos resultados se muestra en la Tabla I. Los vinos criados en roble español presentaron los valores más elevados de

intensidad de color; porcentaje de tonos rojos, polifenoles totales e índice de polimerización, mientras que la tonalidad y el contenido de antocianos totales fueron menores que en las barricas de roble americano y francés. Se observaron más diferencias entre el roble español y el americano, que respecto al francés, ya que se trata de la misma especie de roble. En las barricas de roble americano (*Q. alba*) los vinos presentaron un contenido polifenólico más bajo que en las de francés y español (*Q. petraea*), coincidiendo con los resultados de otros trabajos.

Los vinos criados en roble español presentaron los valores más elevados de intensidad de color, porcentaje de tonos rojos, polifenoles totales e índice de polimerización,

	<i>Q. alba</i> Americano	<i>Q. petraea</i> Francés	<i>Q. petraea</i> Español	G.S
Intensidad de color	6.62 b	6.61 b	7.31 a	**
Tonalidad	0.910 a	0.903 a	0.877 b	**
dA% (color rojo)	14.7 b	42.1 ab	43.0 a	*
IPT 280 nm	54.53 b	55.77 a	56.06 a	***
Antocianos (mg/l)	234 ab	239 a	221 b	*
I. Polimerización	1.79 b	1.74 b	2.0 a	***

Letras diferentes en la misma fila indican diferencias significativas según el test de Tukey

Tabla I.

Composición de los vinos con un año de crianza en barrica

Durante la crianza se produjo un aporte al vino de compuestos aromáticos de la madera de roble, que se incrementaron con el tiempo de crianza. Entre los compuestos con mayor interés por su incidencia en el aroma del vino, se pueden destacar: la whiskylactona (isómeros cis y trans), el eugenol, los aldehídos furánicos y los fenólicos. El contenido de whis-

kylactona total fue similar en barricas de roble español y americano (Figura 1), pero el isómero cis en el roble español alcanzó valores intermedios entre el americano y francés. Este compuesto aporta un aroma característico a coco y madera, y su umbral de percepción en los vinos es muy bajo (74 µg/l), por lo que influye notablemente en sus

características organolépticas. La relación de isómeros cis/trans fue superior en el roble americano, y no mostró diferencias significativas entre el español y francés, ya que está relacionada con la especie de roble, tal como se observó en otros trabajos. Otro compues-

to de interés por su aporte aromático es el eugenol (con aromas a clavo de especia), cuya concentración fue superior en las barricas de americano, y no mostró diferencias entre el francés y español.

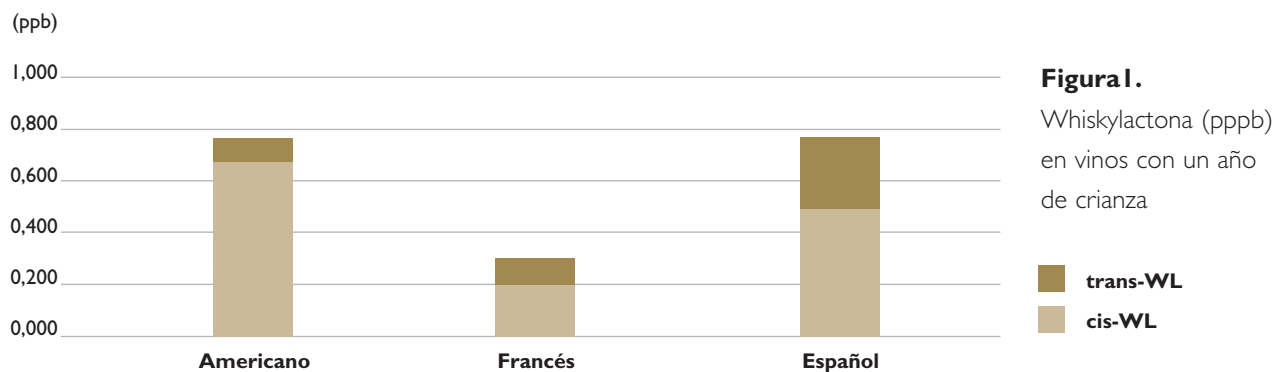


Figura 1.

Whiskylactona (ppb) en vinos con un año de crianza

■ trans-WL
■ cis-WL

La composición de los vinos en aldehídos furánicos y fenólicos igualmente mostró notables diferencias significativas en función del origen del roble, siendo ambos más elevados en el roble español (Figuras 2 y 3). Los aldehídos furánicos fueron similares en el roble francés y americano. Estos compuestos aportan aromas de almendra, almendra tostada, caramelo... y se forman principalmente durante el tostado de la madera, por lo que, teniendo en cuenta la escasa reproducibilidad de ese proceso, sus

concentraciones presentan una elevada variabilidad. El contenido de aldehídos fenólicos totales de los vinos fue diferente en los tres tipos de roble estudiados, correspondiendo los valores más elevados al roble español (Figura 3). El compuesto con mayor interés organoléptico en el vino es la vainillina, y en todos los casos se superó su umbral de percepción olfativa (0,320 ppm), correspondiendo los valores más bajos al roble francés.

La intensidad olfativa de los vinos en roble español fue significativamente diferente y de calidad superior a la obtenida en las otras maderas

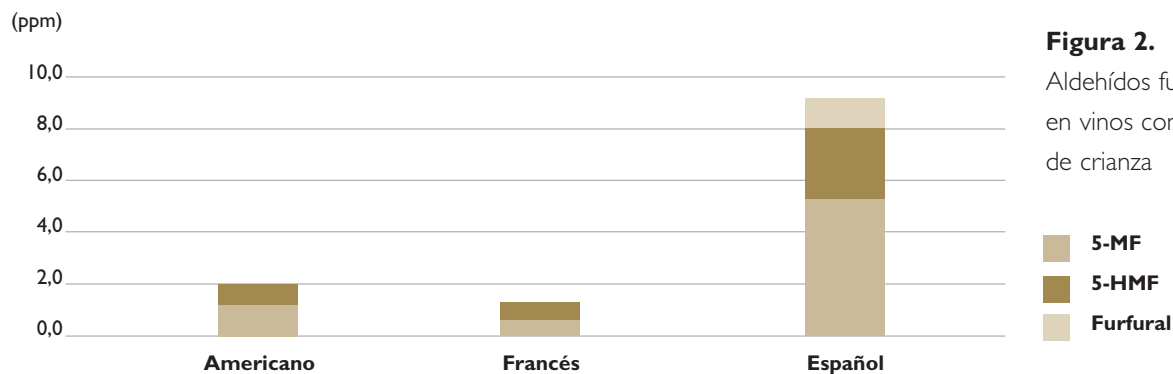


Figura 2.
Aldehídos furánicos (ppm)
en vinos con un año
de crianza

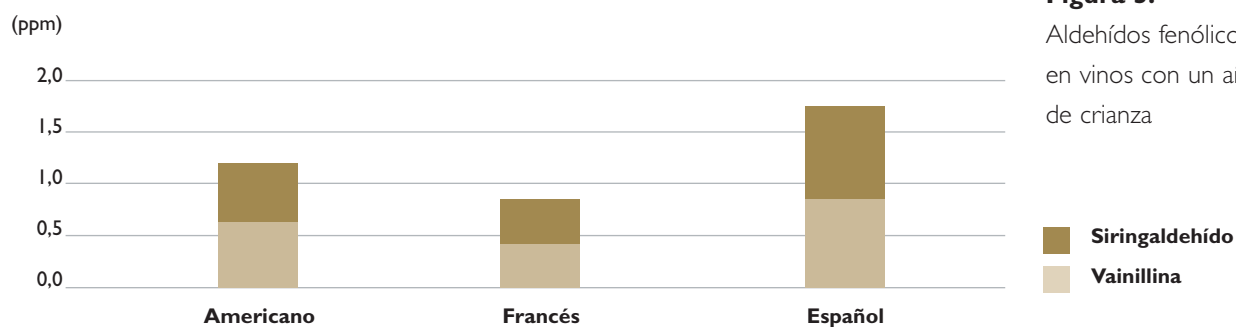
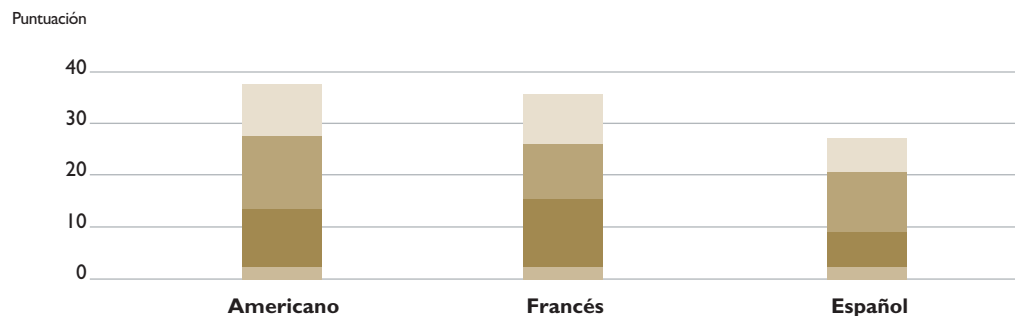


Figura 3.
Aldehídos fenólicos (ppm)
en vinos con un año
de crianza

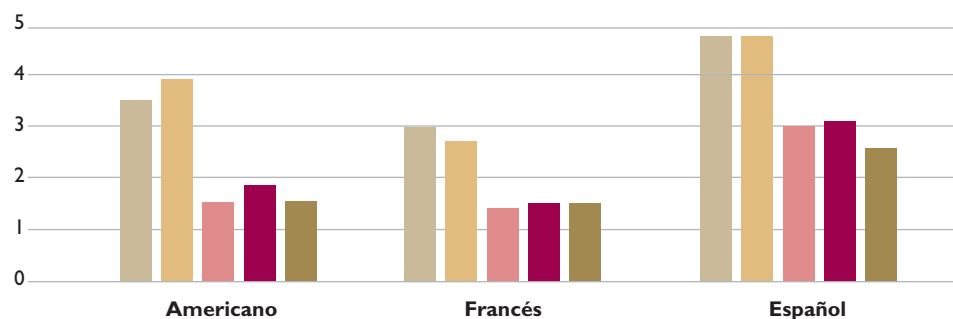
Los resultados de la valoración organoléptica de los vinos con un año de crianza en barrica (Figura 4), indicaron una preferencia hacia los envejecidos en roble español, que fueron mejor evaluados (puntuación más baja) en todas las fases. La intensidad olfativa de los

vinos en roble español fue significativamente diferente y de calidad superior a la obtenida en las otras maderas. La percepción de los aromas aportados por la barrica (especias, tostado, caramelo, vainilla, humo,...) fue igualmente más intensa en el roble español (Figura 5).

**Figura 4.**

Valoración organoléptica de los vinos con un año de crianza

- Armonía**
- Fase gustativa**
- Fase olfativa**
- Fase visual**

**Figura 5.**

Aromas terciarios en vinos con un año de crianza en barrica

- Tostado**
- Vainilla**
- Ahumados**
- Especias**
- Caramelo**

AGRADECIMIENTOS

Este trabajo fue realizado mediante un proyecto de investigación financiado por el Gobierno de La Rioja y la empresa Tonelería Magreñán. El Centro de Investigación Forestal (CIFOR-INIA) aportó las barricas de roble español empleadas en el ensayo.

¹Sección de Viticultura y Enología. Servicio de Investigación y Desarrollo Tecnológico de La Rioja (CIDA). Ctra Mendavia-Logroño NA-134, km. 88. 26071 Logroño. e-mail: enologia.cida@larioja.org

²Centro de Investigación Forestal (CIFOR-INIA). Apdo 8111. 28080 Madrid.

GRAN BRETAÑA SIEMPRE HA SIDO UN CRUCE DE CAMINOS EN EL COMERCIO MUNDIAL DEL VINO. CON UNA PRODUCCIÓN PROPIA SIN DEMASIADA RELEVANCIA HASTA ESTAS ÚLTIMAS GENERACIONES, DESDE EL SIGLO XVIII HIZO SUYO EL PAPEL DE BULLICIOSO PUERTO FRANCO, DE VÍNICA VENECIA DEL NORTE DONDE VINOS DE TODOS LOS RINCONES DE EUROPA (E INCLUSO DE MÁS LEJOS) LLEGABAN, SE COMERCIALIZABAN Y SE CONSUMÍAN.



Por
Stuart
Walton

La distribución del vino en el Reino Unido: Panorama del comercio minorista

De ahí que las familias británicas más aristocráticas probablemente supieran más de los *vintages* de Burdeos que los consumidores de cualquiera de las regiones francesas que rodean Burdeos. De hecho, sus antepasados llegaron a considerar Burdeos territorio inglés en virtud del matrimonio de Enrique II y Leonor de Aquitania. Más adelante, las continuas hostilidades con Francia conllevaron la apertura del mercado portugués. Pero además de comprar y vender vino, los mercaderes británicos también jugaron un papel importante en la creación de

ciertos estilos de vino perdurable, en particular el oporto, pero también el marsala e incluso el champagne.

En los últimos tiempos, lo que ha aportado todavía más dinamismo –casi incalculable– al mercado del vino en el Reino Unido ha sido la democratización del vino como producto. Hubo un tiempo en que aquellas familias aristocráticas, con sus extensas bodegas, eran los únicos clientes significativos, pero desde la década de los sesenta el vino ha ido penetrando en buena parte de los estratos de una



sociedad, por lo demás, tradicionalmente consumidora de cerveza. Puede resultar irónico observar cómo en algunos de los países productores de mayor tradición –caso destacado el de Francia–, el consumo de vino comienza a decaer, mientras que los británicos lo beben cada vez más.

La estructura del mercado del comercio de bebidas ha cambiado para reflejar este creciente interés por el vino. A finales de la década de los ochenta se podía afirmar que el sector estaba extremadamente diversificado, con una gran variedad de comercios con diferentes niveles de saber hacer compitiendo por un mercado vibrante y en pleno crecimiento. Ahora mismo el panorama es muchísimo más simple, y por una única y monumental razón.

El poder de los supermercados como puntos de venta de vino ha crecido de forma vertiginosa. Actualmente se compra más vino en los supermercados que en cualquier otro comercio especializado en bebidas. En un sector hasta hace poco considerado privativo de los hombres, las mujeres cada vez compran más vino; entra en el carrito del supermercado junto al resto de la compra como un producto más de la lista, y no como algo que se compra para una ocasión especial. El vino se compra para beberlo en la misma noche y no para guardarlo.

El poder de los grupos de supermercados más importantes –Asda, Sainsbury, Morrisons y el todopoderoso Tesco, donde se gasta una libra de cada siete en el Reino Unido– es tal que han conseguido que la competencia que

En los últimos tiempos, lo que ha aportado todavía más dinamismo –casi incalculable– al mercado del vino en el Reino Unido ha sido la democratización del vino como producto.

ofrecen los *off-licenses* (comercios especializados en la venta de alcohol) sea casi nula en algunas regiones. Los expertos en consumo lamentan a menudo esta concentración de poder en mano de los supermercados, pero desde luego no puede decirse que vendan sólo los vinos más básicos. Por lo general tienen en stock gamas amplias y emprendedoras, y hasta aventureras en el caso de los centros comerciales más grandes, y, obviamente, los otros comercios lo tienen muy difícil a la hora de igualar, no digamos ya mejorar sus precios.

COMERCIOS ESPECIALIZADOS

Hace tan sólo 20 años, la variedad de cadenas *off-licence* era increíble. Con las sucesivas adquisiciones y fusiones el número de cadenas clave a nivel nacional se ha reducido a dos. The Thresher Group, propiedad de la empresa europea de capital riesgo Terra Firma, se desarrolló a partir de una cadena de comercios abiertos en origen por una de las cerveceras más importantes del país. Tiene cerca de 2.500 establecimientos y es líder en el sector de comercios especialistas en bebidas.



La empresa se divide en tres niveles: las tiendas de bebidas más básicas, llamadas Local; el eje del negocio, las cadenas Thresher; y los comercios especializados Wine Rack. En 2005, la compañía puso en marcha una promoción de carácter permanente: tres botellas por el precio de dos (tres botellas de cualquiera de los vinos, incluidos espumosos y generosos, siendo gratis el más barato de los tres). Éste ha sido un intento explícito de competir con las agresivas tácticas de los supermercados, donde las drásticas reducciones de precios y los *displays* de determinados vinos (a menudo cofinanciados por los productores) están siempre detrás de los resultados de ventas.

Siguiendo de lejos a Thresher está su rival, Oddbins. Desde la década de los ochenta disfruta de la reputación de ser una cadena comercial pero con aire de especialista independiente. Propiedad en origen de la destilería canadiense Seagrams, su selección era característica, ecléctica y fascinante. A la vez que estaban dispuestos a comprar pequeños lotes de vino para su distribución a corto plazo, también se surtían de vinos con carácter y de calidad de productores grandes y pequeños de todas partes del globo. En 2002 Oddbins fue adquirida por el conglomerado francés Castel (propietario también de una cadena más pequeña llamada Nicolas), y la impresión general es que Oddbins ha perdido parte de su personalidad. En su selección se nota claramente un aumento del número de vinos pro-

ducidos a granel, mientras que su oferta de vinos de regiones como California, uno de sus puntos fuertes tradicionales, se ha limitado significativamente.

Majestic, una cadena nacional de tamaño modesto, que sólo vende vino por caja, ha sobrevivido contra todo pronóstico. Los clientes se divierten seleccionando su media docena de botellas, tal vez porque les parece un auténtico capricho frente a la compra de una botella simplemente para la cena.

También tienen su pequeño nicho de mercado los comercios independientes especialistas en vino, a menudo con sólo un establecimiento, muchos de ellos están en Londres pero también en algunas ciudades de tamaño medio, y que siguen siendo la primera opción para los consumidores más entendidos. Aquí se encuentran los mejores productos; algunas de estas compañías se especializan en los procedentes de determinados países, otras en vinos de cultivo ecológico... Su negocio se basa en gran medida en la venta por correo y por Internet.

Las condiciones del sector son muy duras para los independientes, pero sobreviven por su compromiso manifiesto con la calidad –frente a los super anunciados descuentos–, por su saber hacer y su capacidad para aconsejar al cliente, una práctica que sigue brillando por su ausencia en las tiendas más grandes.

El poder de los supermercados como puntos de venta de vino ha crecido de forma vertiginosa. Actualmente se compra más vino en los supermercados que en cualquier otro comercio especializado en bebidas.

DESDE HACE UN TIEMPO ESTAMOS ASISTIENDO A RESPUESTAS POLÍTICAS INNECESARIAS Y DESPROPORCIONADAS EN MATERIA DE CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS QUE AFECTAN DE LLENO AL SECTOR VITIVINÍCOLA. EN ESPAÑA EL ÚLTIMO DESATINO FUE EL INTENTO DE IMPONER UNA LEY DE PREVENCIÓN DE ALCOHOL EN MENORES, PERO QUE AFECTABA A TODOS Y QUE NO RESOLVÍA EL PROBLEMA DE LOS MENORES.



Por
Pau Roca
Federación
Española del Vino

La cultura del vino: una oferta a las políticas de prevención en salud pública

Casi todas las políticas de prevención de alcohol son muy ineficaces y siguen unos “clichés” prohibicionistas que no erradican el grave problema que existe en nuestra sociedad, los instrumentos son siempre los mismos: limitaciones a la publicidad, limitaciones al acceso mediante acotación de horarios, lugares, licencias de ventas, etc; y últimamente además ese invento de los *warning labels* que advierte de los males y peligros de un producto, y que por lo general se lee después de haberlo comprado. Todas estas medidas son de una gran hipocresía social, porque no solucionan el problema, ponen dificultades a la industria y al

comercio, pero sigue existiendo el abuso, o el consumo inapropiado. Son una coartada política, sin más.

Lo que venimos diciendo hace un tiempo es que el consumo de vino puede ser una solución. Que el vino tiene unos patrones asociados que imponen un comportamiento adecuado en relación al consumo. Que existen unas pautas ancestrales de conducta que forman parte de la educación propia de una sociedad altamente “vinificada”, como es la sociedad de la ribera norte del mediterráneo, con innegables raíces judeo-cristianas.

En consecuencia, cuando se destruye este equilibrio educacional y de comportamiento propio de nuestra sociedad, aparecen los problemas. Hay un dato incontestable: en España se ha dividido por tres el consumo de vino en treinta años, y en cambio en este mismo periodo, se ha multiplicado de forma exponencial el problema social del alcohol, sobre todo entre los jóvenes.


Esto es una paradoja. Pero son las paradojas aparentes las que obligan a formular teorías científicas. Casi todos los descubrimientos científicos han sido sugeridos por algún fenómeno paradójico que ha habido que resolver. Y estamos ante una hipótesis que deberá formularse de alguna manera: ¿La cultura del vino es una solución al problema del alcohol? ¿la educación en el consumo de vino puede prevenir comportamientos inadecuados en el consumo de bebidas alcohólicas? ¿el que de niño no ha aprendido a beber, no sabe beber de mayor?

Estas preguntas son demasiado provocativas y conducen a un cierto escándalo social, pero es que la observación de este fenómeno nos obliga a ser honestos y curiosos, en definitiva, a buscar la verdad y ser rigurosamente científicos en un problema de gran envergadura.

Seguro que además no podemos atribuir sólo al vino una posible solución al problema del alcohol, sino que si analizamos cuál sería el entorno en el que se fomenta la cultura del vino nos encontramos con una escala de valores (ya sé que no está de moda hablar así). Por ejemplo, el concepto de virtud, que se contrapone a vicio. ¿Por qué se ha abandonado el concepto de templanza, es decir "aguantarse las ganas"? En cambio las otras tres virtudes cardinales: justicia, prudencia y fortaleza siguen bastante vigentes en la sociedad. Las virtudes se adquieren como el ejercicio físico, como la musculatura, a base de repetición de actos de volun-

...en España se ha dividido por tres el consumo de vino en treinta años, y en cambio en este mismo periodo, se ha multiplicado de forma exponencial el problema social del alcohol, sobre todo entre los jóvenes.



A photograph showing a cylindrical cork lying diagonally in the upper right corner. Below it, a vibrant splash of red wine forms a circular shape on a white background, with the wine's color fading into the white. The cork has a textured, brown surface with some darker spots and a small hole at one end.

tad. Podemos decir en un juego de palabras que en este siglo los gimnasios han sustituido a las “casas de ejercicios”, pero es bastante cierto que al alma o al espíritu no se le da tanto cuidado como al cuerpo. La cultura milenaria del vino forma parte de esta formación del alma del hombre, es precisamente en los monasterios donde se conservó la enología y el viñedo, y fue junto a la evangelización que se expandió el viñedo, tanto en la franja bárbara hacia el norte como, diez siglos más tarde, en la conquista de América.

Yo siempre digo que el comportamiento tiene varios niveles de estudio: uno puramente biológico, llamado etología –disciplina por la que K.Lorenz obtuvo un Nobel de medicina– ; otro nivel en que el estudio del comportamiento humano sigue una disciplina filosófica, hablamos entonces de la ética. El tercer nivel de estudio implica el reconocimiento de la exis-

tencia de Dios y en este caso hablamos de moral. Con relación al vino son posibles los tres niveles de estudio del comportamiento humano. Pero centrémonos en los dos primeros. Observaremos una serie de “barreras” naturales al consumo que debemos poner en valor: La publicidad en el sector está plagada de mensajes que reafirman esta escala de valores

desfasada, por ejemplo, una publicidad de una conocida bodega cuyo lema es "Chivite: de padres a hijos desde 1647" ¿no es esto un mensaje que reafirma el valor de la familia, de la continuidad, de la permanencia de los valores? Comparen este mensaje con uno de J&B: "Nightology" ¿Una invitación a la trasgresión nocturna? Y no digamos de los mensajes sin sentido e incluso de mal gusto de los spots publicitarios de la cerveza que parecen diseñados para provocar desordenes masivos en campos de fútbol.

Más barreras naturales en el vino: la botella de tres cuartos. No es una dosis individual, debemos compartirla, nos sometemos a una relación interpersonal, en la que la vigilancia mutua, la conversación y el estado de alerta son compartidos. Por tanto es obligada la moderación. La botella está tapada con un tapón, normalmente de corcho, que requiere un sacacorchos. Pues bien, este extraño instrumento no está normalmente muy accesible fuera de donde se supone que hay que beber el vino, se produce una barrera, la necesidad de un sacacorchos. Compárese ésto con las dosis individuales de bebidas espirituosas, en el que la botella no modula para nada el comportamiento, o el sistema de servir cervezas, son modelos de consumo individuales. En cambio, abrir una botella de 0.75 l, estando solo está muy mal visto en el entorno del vino. Finalmente el mismo etiquetado. Hay que

saber leer una etiqueta de vino, o una carta de vinos sin tener complejo ni sentido del ridículo, hay que superar la prueba, hay que tomar una decisión ante tantas opciones distintas. Al tener que escoger un vino se nos abre un panorama amplísimo, un árbol de decisiones que no es simple, es como enfrentarse a una clave dicotómica de clasificación botánica, es decir toda una taxonomía de expertos: decisiones sobre la región, la D.O., la variedad, la añada, la bodega, las marcas,... en fin, que hay que saber mucho, hay que conocer, recordar y decidir. Al pedir un vino, no se trata de una decisión impulsiva sino inteligente, de memoria y de convicción, yo diría que de cierto liderazgo si se está en grupo. Por tanto, el consumo después de este ejercicio, es forzosamente razonable, inteligente y moderado.

Todas estas barreras que son propias de la cultura del vino, son un gran acervo, un capital que debemos ofrecer a la sociedad, poniéndolas en valor y convencidos de que podemos tener una solución al problema del alcohol. Que en la forma de consumir el vino está la clave de cómo hay que beber todas la bebidas alcohólicas. Pero toda cultura debe cultivarse, es decir plantar la semilla y hacerla crecer en los niños, desde pequeños, porque solo a los menores se puede educar, y se les puede inculcar la forma en que hay que beber vino, sabiendo como se bebe, transmitiéndolo de "padres a hijos".

**...en la forma de
consumir el vino
está la clave de
cómo hay que
beber todas la
bebidas
alcohólicas.**

EL ESFUERZO DE LA ADMINISTRACIÓN SANITARIA EN TOMAR CARTAS EN EL ASUNTO DEL CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS Y DE ACTUAR NORMATIVA Y PREVENTIVAMENTE EN EJECUCIÓN DE SU POLÍTICA A NIVEL NACIONAL, ESTÁ GENERANDO EN LA SOCIEDAD UNA GENERALIZADA POSTURA, MEZCLA PERFECTA DE INDIGNACIÓN Y DE RECHAZO. SIN EMBARGO, SE OLVIDA, POR PARTE DEL CIUDADANO, QUE AUNQUE LA INICIATIVA LEGISLATIVA PARTIESE DE LA ADMINISTRACIÓN SANITARIA, EL MARCO LEGAL –COMO EN TODA SOCIEDAD DEMOCRÁTICA– ESTÁ PLENAMENTE REGULADO POR LOS DIRECTOS REPRESENTANTES DEL CIUDADANO.



Por
Lorenzo
Martínez-Dueñas

¿Salud a la fuerza?

¿Por qué resultan tan impopulares las iniciativas legislativas en materia sanitaria? ¿Por qué el hecho de prohibir o restringir la venta de productos de carne picada con forma redonda, se considera una introducción en la libertad individual y una limitación del ejercicio de la libre empresa? ¿Por qué se limita la publicidad de bebidas alcohólicas y se impide expresamente asociar vino a salud? ¿Podría llegarse a un entendimiento entre quienes hacen vino y la sanidad oficial? ¿Conduce a buen fin el pulso entre los sectores de producción y la administración sanitaria? ¿Podrían llegar a tener posturas compatibles los titulares de las competencias de agricultura y los de la sanidad?

CULPABLE: EL VINO, VÍCTIMA: EL VINO

Vivimos hoy, seguros tiempos de restricciones, de intromisiones en la vida de cada uno, de dictados colectivos de lo que cada uno debe o no debe de hacer.

Por una parte, el mundo del vino se ha considerado siempre afectado, cada vez que surge una norma o una actuación administrativa o comercial que se considere que perjudica al vino.

Por otra parte, el mundo del vino no perdona que cada vez que entra en vigor una norma o

se llevan a cabo actuaciones de la administración o del comercio, que se crea perjudican al vino, no se tome alguna “contramedida”.

Tampoco se perdona que baje el consumo, que se produzca el cambio climático, que la cosecha sea escasa y que cada vez haya más países productores.

Por si fuera poco, el propio sector se queja de que cada vez haya más competencia, más vino en circulación y más marcas que vender.

En el amplio campo de ventas y competencia, es sabido lo mal que encajan las firmas tradicionales con marca consolidada, que surjan nuevas marcas y compañías hasta ahora desconocidas y, por si fuera poco, que éstas sean las que “salgan en los papeles”, “chupen cámara” y recaigan sobre ellas premios, medallas y puntuaciones milagrosamente beneficiosas.

Tenemos un sector que durante medio siglo ha gozado de un estatal sistema paternalista, seguido de una gestión de socios europeos que, en gran parte, ha resultado continuista en lo que a favorecer al sector se refiere.

Si se arrancaba por allí, se plantaba por acá. Si se excedía por aquí, se destilaba por acá. Se restringía por aquí, se daban permisos por allá. Y en todos los casos, a golpe de euro. En esto, hay bodegas que viven de lo que venden y otras de



lo que perciben. Y al fondo del todo, un propietario agrícola que se encuentra con una viña —en gran parte desconocida para él— que está siendo permanentemente recalificada por la progresiva subida del precio y de la demanda.

En la última década se ha producido en el sector un cambio estructural profundo, que no se ha originado por un cambio de estructuras; sino que ha sobrevenido desde fuera: por el ascenso social de la imagen del vino; por el subidón de la calidad en general; por las considerables inversiones en viñedo y equipamiento de gran parte de las firmas; por las inestimables ayudas recibidas de la UE.; por el cambio de imagen, por la reconversión de zonas de vinos de mesa en denominaciones de origen; por la percepción que el ciudadano tiene actualmente del vino que no es la que tenía hace 10 ó 15 años; por el interés que el viñedo y las capacidades potenciales del vino despiertan en los inversores externos; por el efecto que la producción y el aumento de la calidad ha producido en las industrias afines y mucho más que no cabe aquí.



Ante una situación tan positivamente indiscutible ¿Cabe seguir haciéndose la víctima? Si no faltan ayudas institucionales: ni de la U.E., ni del M.A.P.A., ni de los consejos reguladores, ni de las comunidades autónomas, ni de las corporaciones locales, ni tampoco de las propias industrias afines, ni de la prensa en general, ni tampoco de los consumidores que tienen, cada vez más, una idea mejor del vino, de las marcas y de las zonas,... No falta de nada. En muy pocos años, el cambio de imagen y el poder del vino, de la viña, de las zonas y de las marcas, ha supuesto un avance mayor que en toda la historia secular de este país... Entonces ¿Por qué quejarse? ¿Por qué sentirse víctima si se intenta regular el consumo de alcohol (bebidas alcohólicas) y por tanto al vino (11° - 18°)? ¿Por qué no parecen quejarse la cerveza (con 5°, 6°, 8°, 11°, 0°, con limón, "clara", caña, botellín o tercio)? ¿Y por qué no se lamentan los "wiskeys", ni los rones, los vodkas, ni siquiera los "gins" ni las "colas"?

Quién sí está de enhorabuena es el agua embotellada. Que no toda es mineral, sino más bien sólo municipal. Por cierto ¿qué deja más margen agua o vino? ¿Saben los quejicas del sector y los propios consumidores los márgenes infinitos de una botella o un botellín de agua? Ni al vino lo ha considerado culpable nadie, ni tampoco es ninguna víctima de las campañas institucionales, ni de las de tráfico, ni de las sanitarias.

El sector del vino ha de ser el primero que debe ponerse al lado de la salud, porque es el primer interesado en demostrar que vino es salud, procurando que no se demuestre lo contrario.

Tampoco, todo hay que decirlo, el vino es el ombligo de nadie. Por tanto convendría, de una vez, poner al vino en su sitio: una bebida que está en el mercado, que goza por imagen y naturaleza de un prestigio que ninguna otra bebida tiene; que es muy versátil por tipos, zonas, elaboradores y presentación, que ha hecho famosas a lo largo de la historia, a muchas regiones y a muchas familias que sin el vino serían unas desconocidas. Pero el vino no es, bajo ningún concepto ni cómplice de nada ni víctima de nadie. Sí como bebida alcohólica resulta afectada por la legislación sanitaria o por la de tráfico y ordenación vial, piénsese que lo que se regula es la cantidad de la ingesta para impedir que se produzcan daños irreparables y que el descontrol de su consumo genere violencia, accidentes, muertes o enfermedades. No tendamos a intentar que se considere al vino víctima de ninguna conspiración judeomasónica; Sanidad hace lo que debe, el legislativo también, Tráfico igualmente con sus campañas y control, y el sector ha de ser el primero que debe ponerse al lado de la salud, porque es el primer interesado en demostrar que vino es salud, procurando que no se demuestre lo contrario.

ES MUY HABITUAL EL USO DE METÁFORAS EN EL VINO. ASÍ, AL HABLAR DEL COLOR ENCONTRAMOS EXPRESIONES COMO *vestido rubí* o *vino teja*, EN LAS QUE POR UN LADO EL VINO TIENE UNA SEMEJANZA CON ESTOS COLORES Y POR OTRO BUSCAMOS LA METÁFORA. PERO EN OCASIONES EL USO DE ESTE TIPO EXPRESIONES ES CONSECUENCIA DE LA SINESTESIA, FENÓMENO CONSISTENTE EN ASOCIAR IMÁGENES QUE PERTENECEN A ÁMBITOS DIFERENTES.



Por
Jesús
Álvarez Yraola

Las metáforas en el vino

Hay muchos catadores que no utilizan estas expresiones únicamente como semejanza del color, sino también en la fase gustativa utilizando adjetivos como: *En boca lleno, sabroso. Cremoso en la entrada en boca. Sedoso, terciopelo. Bien engarzados los taninos. Buen ataque.* Si bien hay casos en los que estas expresiones no son un uso provocado de metáforas, en las que se unen diversos sentidos, sino que son un efecto creado por la sinestesia.

La sinestesia consiste en la unión de dos imágenes que pertenecen a diferentes mundos sensoriales, como *verde chillón* un color que se aprecia por vía visual y un sonido que es de la vía auditiva.

Algunos estudiosos consideran la sinestesia como una variante de la metáfora, pero está demostrado que es un cruce sensorial que se produce en ciertos individuos, estando aceptado que el origen de la sinestesia reside en el entrecruzamiento neuronal. La sinestesia es, en efecto, una experiencia física de cruce de señales sensoriales que hace que la estimulación de un sentido despierte otros.

En los sinestésicos las palabras, por ejemplo, no activan tan sólo las áreas del lenguaje, como ocurre en el resto de nosotros, sino también las áreas corticales dedicadas a la visión, el tacto o a la audición del llamado sistema trigémino. Es una combinación de sen-

saciones que se produce en este sistema y que mezcla nuestras percepciones.

Existen numerosos artistas y escritores que poseían esta facultad , entre ellos Rubén Darío, Juan Ramón Jiménez, Charles Baudelaire, Nikolai Rimsky-Korsakov, Vladimir Nabokov, Olivier Messiaen, Franz Liszt, etc. Es por ello que en algunas ocasiones pensamos, si ciertos catadores son literatos o poseen esta facultad.

Esta demostrado que los niños menores de un año asocian fácilmente la fase visual y el olor para hacerse una idea del mundo exterior que les rodea. Pero durante el crecimiento el sistema trigénico va separando las distintas sensaciones.

El hecho de utilizar estas frases se puede deber a que en ocasiones es más fácil expresarse de esta manera y por lo tanto la comunicación será mejor. Aunque en estos casos siempre estamos poniendo un punto subjetivo, ya que la experiencia que tiene tanto el orador, como el receptor de ese lenguaje son distintas e incluso para algunos de los oyentes, estas expresiones en lugar de acercarle a las sensaciones del orador, les llega a producir risas y desconfianza, tanto hacia el orador como hacia sus expresiones, y por lo tanto alejamiento.

Una vez más nos damos cuenta de que el mundo sensorial no es un hecho aislado de



una sensación, sino que son actos multisensoriales, que nos dan diferentes sensaciones y que en ocasiones se unen en una percepción y otras en varias percepciones que se combinan para hacernos aumentar nuestros parámetros de SENTIMIENTOS- BELLEZA- FELICIDAD, etc.

Ya llevamos varios años en los que la aromaterapia está de moda, su base es muy racional y sencilla, el sistema limbico va acumulando las experiencias olorosas de nuestra vida, unas como agradables y por lo tanto relajantes, “el jardín de la abuela” y todos los recuerdos agradables que están asociados a ese olor; esa época, a esas personas que allí se encontraban, etc. “el perfume de ese primer amor”, etc.

Pero también nos ocurre con los desagradables “el olor del WC del colegio”, “la pestilencia de una granja de cerdos”, etc.

Si después de años conseguimos oler esos aromas agradables, nos aparece una sonrisa, gratos recuerdos que nos relajan y alegran y que van unidos a un gran número de experiencias maravillosas. Por lo tanto la aromaterapia se basa en la unión de varias sensaciones ya que el olfato fácilmente se une con otras sensaciones que nos dan recuerdos agradables o desagradables.

Sin embargo, no hay que olvidar que un exceso de metáforas nos aleja cada vez más de la objetividad de una sensación. Hay personas que están predispuestas a la metáfora, que tienen la facultad de establecer conexiones entre los distintos sentidos, con o sin tener la facultad de la sinestesia. A todos les sugiero que no abusen de ella, que un buen uso puede ser una forma de acercar el vino a mucha gente, pero en ocasiones en lugar de acercarse al receptor, se consigue lo contrario y es negativo tanto para ellos como para el que disfruta de un vino.

El sistema limbico va acumulando las experiencias olorosas de nuestra vida, unas como agradables y otras no tanto.



TODOS LOS CONOCEDORES DEL VINO, TIENEN UNA ASIGNATURA PENDIENTE CON EL PALO CORTADO. ES UN VINO QUE SE DICE “EN PELIGRO DE EXTINCIÓN”, QUE NO NACE SINO QUE SE HACE. SI SE QUIERE AVERIGUAR SI ALGUIEN SABE DE VINOS, SE LE PREGUNTA: ¿SABES CÓMO SE ELABORA EL PALO CORTADO?. NADIE PONE EN TELA DE JUICIO QUE ES UNO DE LOS MEJORES VINOS QUE SE HACEN EN EL MUNDO, UNO DE LOS MÁS PARTICULARES Y RAROS. PERO, EN EL FONDO, ¿QUÉ SABEMOS SOBRE ESTE VINO?. VAMOS A INTENTAR ACLARAR ALGUNOS ASPECTOS —SI SE PUEDE— SOBRE ESTE MITO.



Por
Alberto
Coronado

El palo cortado, un vino de leyenda

Siempre se le ha considerado como una “rareza” dentro de los vinos jerezanos. Un vino al que se le considera como el hijo, que nace de una manera y se desarrolla de otra. Ese factor de particularidad ha añadido a este vino una dosis de mito y de complicación a sumar a la ya complicada terminología de los vinos del marco y que con su marchamo de leyenda, ha hecho de él un bien muy codiciado por los expertos, llevándolo a la categoría de “vino en peligro de extinción” o de “reliquia”.

La concepción romántica de este vino/leyenda proviene de cuando los vinos “sucédían” antes

de la implantación en las bodegas del Marco de Jerez de la modernas técnicas de vinificación y la tecnología enológica al servicio de la calidad y la autenticidad. El capataz encontraba dentro de una partida de botas algunas que habían desarrollado algunas particularidades específicas y las apartaba de las demás, dándoles tiempo para que se definieran y poder continuar su



crianza. Ciertamente es, que antes, en las bodegas, cuando la fermentación se hacía en las botas, las posibilidades de que surgieran pequeñas variaciones de calidad entre ellas eran múltiples, ya que si los lotes de producción eran de 500 litros y una bodega tenía 2.000 botas, la casuística se multiplicaba ostensiblemente. También había algunos pagos o castas que tenían ciertas peculiaridades o tendencia a obtener palos cortados pero que, con la aparición de la filoxera, desaparecieron definitivamente.

LA TECNOLOGÍA AL SERVICIO DEL ARTE

Hay que tener en cuenta que fue en Jerez donde se implantaron los primeros depósitos de acero inoxidable para la fermentación y las técnicas más vanguardistas de elaboración. Por lo tanto, actualmente, salvo contadas excepciones, los vinos no se hacen sin la ayuda o intervención de un enólogo (capataz) que encamina el mosto desde que fermenta hasta el redondeo final por las sendas que éste decide. Ciertamente es que, sobre todo en segundas clasificaciones de los mostos, algunos toman caminos no previstos al comienzo y acaban siguiendo otros rumbos. Tal vez esto quite algo de romanticismo o misterio a la elaboración de este jerez pero la tecnología con la que cuentan las bodegas actualmente y los conocimientos adquiridos durante cientos de años, hacen cada vez más anecdótico el azar:



Partiendo de la base de que no existe una forma reglamentada de elaborar el palo cortado, cada bodega nos va a contar una fórmula diferente de cómo consigue el suyo. Lo primero que cabe decir, es que el palo cortado es un tipo de oloroso, aunque haya podido tener una fase de crianza biológica, ya que ésta ha sido relativamente corta y el período de crianza oxidativa ha sido notablemente superior; con lo que los recuerdos de su fase bajo velo –esa nariz de amontillado tan característica– son más lejanos que los de su vinosidad e intensidad como oloroso. La nariz del amontillado es más vertical, más punzante, la del palo cortado es más horizontal, más sutil.

...es un oloroso porque ha pasado gran parte de su vida criado como tal, pero conservará algún recuerdo de su etapa bajo velo flor.

Para definir las características de un palo cortado, me gusta poner el ejemplo de una persona que nace en España y que a los cuatro años su familia se va a vivir a Estados Unidos. Pasados 40 años, el niño/a en cuestión es americano de facto, pero tendrá recuerdos, aunque lejanos, de su infancia en España. Pues al palo cortado le pasa un poco igual, es un oloroso porque ha pasado gran parte de su vida criado como tal, pero conservará algún recuerdo de su etapa bajo velo flor. La diferencia principal entre un amontillado y un palo cortado es que el primero ha pasado –dicho como generalidad– la mitad de su vida en crianza biológica bajo el velo flor y la otra mitad en crianza oxidativa, mientras que el segundo, aun conservando olfativamente parte de su etapa bajo la flor, su nueva vida la ejerce como un oloroso.

¿QUÉ ES UN PALO CORTADO?

Antes de comenzar con el relato de cómo se obtiene un palo cortado, sería bueno establecer lo que el Consejo Regulador define como tal: “es un vino de color caoba brillante, aroma avellanado, paladar seco, equilibrado, elegante y muy persistente. Conjuga las suaves, delicadas y punzantes características del Amontillado y el cuerpo y la nariz del Oloroso. Su graduación oscila entre los 17° y los 22°”. Pues mal empezamos... porque eso de “paladar seco” es relativo, porque muchos dirán que han probado un excelente “Apóstoles” de González Byass

con un toque dulce maravilloso y también de esta misma casa un palo cortado de añada 1979 completamente seco. Habrá que decir que estos vinos, al ser criados muchos años bien estáticamente, como con el sistema de criaderas y soleras, adquieren cierto amargor que algunas casas lo suavizan con un pequeño porcentaje de pedro ximénez.

La segunda duda vendría dada por la definición del C.R.D.O. sobre estos vinos, dice que “tiene el cuerpo y la nariz de un oloroso”. Efectivamente, como hemos explicado anteriormente, al pasar la mayor parte de su vida encabezado a 18° y criado como oloroso, lo más normal es que en nariz recuerde más a éstos que a los amontillados. Aunque en una cata a ciegas, hasta los propios expertos no consiguen diferenciar un oloroso muy viejo de un palo cortado de las mismas características, porque ambos son tan poderosos en todas sus fases, que las sutilezas y diferencias, sobre todo olfativas, se han disuelto en el transcurrir de los años de larguissimas crianzas. Con razón a estos vinos no se les define como “vinos de mesa” sino como “vinos de alcoba” o “vinos de pañuelo”.

LA OBTENCIÓN DEL PALO CORTADO

Una vez vendimiada la uva (palomino fino), se prensa. Generalmente se obtiene el 60 o 70% del mosto sin ejercer presión y el resto con

La nariz del amontillado es más vertical, más punzante, la del palo cortado es más horizontal, más sutil.

una ligera y suave. De una segunda yema o prensa se extraen mostos más estructurados, que van destinados a olorosos.

Tras la fermentación alcohólica de los mostos y la adicción de las levaduras autóctonas, tanto para la fermentación como para el desarrollo de la flor, se obtiene el mosto base o vino mosto. Se le hacen a éste las correcciones oportunas de acidez y se realiza la primera clasificación: tras el deslío (separación de las lías) los mostos más limpios se destinan a finos o manzanillas y los que presentan más “gordura” van a criarse como olorosos.

Por lo tanto los primeros mostos, más finos y delicados (una vez encabezados con alcohol vínico hasta 15°) se destinan a “sobretablas” en botas de 600 litros de capacidad, que se llenan en sus 5/6 partes para que se desarrolle el velo flor. Generalmente en la siguiente cosecha las botas de “sobretablas” no se suelen vaciar del todo para que al añadir el siguiente vino del año críe con la misma flor; al conservarse en la bota restos de las levaduras que actuaron anteriormente.

Partiendo de este vino de “sobretabla”, que se ha beneficiado de la acción de las levaduras durante un período mínimo de un año, algunos, por causas de muy diversa índole –desde el recipiente a cambios de temperatura, a uvas de pagos muy específicos, a fluctua-



ciones del velo, etc.—, siguen presentando finura en nariz pero un cuerpo más rotundo. El capataz entonces aparta este vino y lo encabeza con alcohol vínico en torno a 17° o 18° y se destina a las escalas de palo cortado. En este momento traza con una tiza una raya horizontal que corta a la anterior vertical (hecha para establecer que era fino) y se forma el símbolo del palo cortado: un trazo en forma de cruz algo “tumbada”

El proceso que las bodegas más utilizan hoy en día, es que, en un momento de la crianza biológica, el capataz decide que una partida de estos vinos van a formar parte de las escalas de palo cortado, encabeza las botas que cree oportunas dependiendo de la demanda de este vino y lo destina directamente a este fin. Tal vez es un proceso más de mercado, menos

“romántico” pero también nos asegura que este vino jamás va a desaparecer mientras haya demanda del público. De hecho, los vinos obtenidos por este método son tan válidos como los obtenidos por el proceso anteriormente descrito y, pasados los oportunos años de crianza oxidativa, no debería haber grandes diferencias entre ellos. También habría una



forma “ilegal” de obtener estos vinos y que a la mayoría de nosotros se nos ha pasado por la cabeza esta idea: si tiene que tener la nariz delicada y fina de un amontillado y el cuerpo, la redondez y la estructura de un oloroso ¿por qué no cabeceamos un amontillado con un oloroso a ver qué pasa? Pues se obtendría un producto de similares características pero frau-

dulento. Lo que conseguiríamos con este “proceso” es un vino “a medio camino” tanto en nariz, como en boca a un palo cortado, pero sin la sutileza, ni la grandeza de este. Podría ser algo parecido a lo del hipotético hijo de Albert Einstein y Mae West ¿heredaría la belleza de la madre y la inteligencia del padre? No necesariamente. Si la cosa sale mal,

El capataz traza con una tiza una raya horizontal que corta a la anterior vertical (hecha para establecer que era fino) y se forma el símbolo del palo cortado: un trazo en forma de cruz algo “tumbada”.

puede que herede los defectos de ambos al mismo tiempo. Probablemente alguna bodega tenga la tentación de realizar esta práctica –no tengo constancia cierta– pero estaríamos ante una tesitura similar a la de añadir virutas o “chips” de roble a los vinos; si no es comunicado al consumidor en la etiqueta y se vende como vino con crianza en barrica, es un fraude en toda regla.

LAS AUTÉNTICAS RAREZAS:

LOS PALOS CORTADOS DE AÑADA

Hay un tercer método o sistema, –por supuesto, el anterior descrito no es una sistema como tal– que, aunque esporádicamente, también “sucede”, si bien es poco frecuente: en todas las bodegas, una parte de los vinos que no han sido destinados a crianza biológica, se crían por el sistema de “añadas”. Estos vinos no pasan al sistema de escalas, sino que envejecen estáticamente, corrigiendo las pérdidas por evaporación con otros vinos de similar entidad. Siempre ha habido en las bodegas del marco de Jerez esta tradición, aunque siempre se reservaban estos increíbles vinos para el consumo privado de los propietarios, para agasajar a algún invitado ilustre o para rociar las soleras de los vinos muy exclusivos por las mermas.

Algunos de estos olorosos encerrados durante décadas en sus botas, por circunstancias a veces incomprensibles, mostraban con el paso del

tiempo una finura en nariz poco frecuente para un oloroso. Tampoco era la nariz típica de una amontillado, pero se asemejaba bastante. Estas joyas inclasificables y auténticas rarezas de Jerez, El Puerto y Sanlúcar, son las que han creado el mito del palo cortado. Este sí es un vino que no se “elabora” sino que “ocurre” y que tampoco se sabe muy bien, aún hoy en día que el control analítico es exhaustivo, cuáles son los factores que intervienen en este increíble proceso, aunque se está investigando y seguramente podremos llegar a conclusiones reveladoras en un periodo relativamente breve de tiempo.



Para finalizar, al igual que en flamenco hay palos conocidos (como “bulerías”, “fandangos”, “tangos” o “alegrías”) hay otros menos conocidos (como “cabales”, “alboreá”, “giliana”, “jabera”, “levantica”, “verdiales”, ...), en el vino de Jerez también hay un “palo” bastante desconocido que es el PALO CORTADO, auténtica joya de la viticultura –con mayúsculas– mundial.

¡Va por ustedes!

Los palo cortado de añada no pasan al sistema de escalas, sino que envejecen estáticamente, corrigiendo las pérdidas por evaporación con otros vinos de similar entidad.

LOS PASADOS DÍAS 2 Y 3 DE JULIO, LA FUNDACIÓN REALIZÓ UN VIAJE DE PRENSA A LA REGIÓN DE RIBERA DEL DUERO EN EL QUE UNA SELECCIÓN DE PERIODISTAS DE DISTINTOS ÁMBITOS PUDIERON VISITAR LAS BODEGAS ÁSTER, VEGA SICILIA Y LEGARIS.

Viaje a la Denominación de Origen Ribera del Duero

La D.O. Ribera del Duero, una de las más prestigiosas de nuestro país, surge de la iniciativa de una serie de viticultores y bodegueros preocupados por impulsar los viñedos y la calidad de los vinos de la zona. Para conocer su historia, climatología, geografía y geología, así como algunas de sus bodegas, desde la Fundación hemos querido que periodistas de distintos ámbitos, la visitasen.

Los pasados días 2 y 3 de julio, tuvo lugar un viaje en el que siete periodistas fueron invitados a conocer y descubrir las excelencias de esta región, cuyos orígenes vitivinícolas se remontan a hace 2.000 años. Así, Marcos

García, de *Negocios*, María Angeles Sánchez de *On Madrid*, Olga Azofra de *Noticias de la Rioja*, Javier Armesto de *La Voz de Galicia*, Ximena García y Ximena Garrigues de la revista *ELLE*, fueron las personas que pudieron descubrir una región en la que su clima continental, moderado por las neblinas del Duero que aportan humedad adicional a la escasa lluvia, se une a una notable oscilación térmica entre el día y la noche, unos aspectos que determinan la personalidad de los vinos que nacen en esta tierra. Una tierra situada en la meseta norte y que agrupa cuatro provincias de Castilla y León: Burgos, Segovia, Soria y Valladolid y en la que la tempranillo,

conocida aquí como tinta del país o tinto fino, es la principal variedad y la que otorga el color, aroma y cuerpo tan característico de los vinos de Ribera del Duero.

Acompañados por el gerente de la Fundación, Emilio Castro, el viaje realizó su primera parada en Vega Sicilia, considerada una de las mejores elaboradoras de vino del mundo. Tras visitar la bodega, se les ofreció un almuerzo en el que estuvo presente su presidente, Pablo Álvarez, no sin antes catar algunos de los vinos que les han hecho tan famosos.

Finalizada esta visita, se dirigieron a la bodega Legaris, situada en Curiel, y en la que la tradición de una tierra, la modernidad de sus gentes y la voluntad innovadora más radical se han unido con un fin: hacer un vino excelente. Aquí les esperaba su enóloga, Berta Laguna, quien les dirigió en la cata que realizaron de un mismo vino pero de diferentes barricas, con el fin de mostrarles cómo influye la madera en la crianza de un vino.

Tantas sensaciones merecían el mejor descanso. Para ello se alojaron en el Hotel Posada Fuente de la Aceña, en Quintanilla de Onésimo, enclavado en un lugar único y privilegiado en un antiguo molino harinero junto a una pesquera del río Duero. Por la noche pudieron degustar la creatividad y el atrevi-



miento de su cocina, siempre elaborada con los productos de la temporada más naturales.

El viaje finalizó al día siguiente en Viñedos y Bodegas Áster; situada en Anguix, no sin antes realizar un recorrido por los viñedos de la zona para así descubrir las características de la región. Ya en Áster, una bodega construida con el deseo de alcanzar la excelencia enológica y con la filosofía de utilizar solamente su propia uva, se les ofreció un almuerzo, tras realizar la visita y cata obligada.

*De izda. a dcha, sentados:
Javier Armesto, Olga Azolfra,
Ximena García, Ximena Garrigues,
Marcos García y Gabriela Rezzola
(Bodegas Aster);
de pie:
Emilio Castro, Angeles Sánchez
y Julio Sáez (Bodegas Aster).*

EL PRÓXIMO 6 DE OCTUBRE, LA ESCUELA DEL VINO DE LA FUNDACIÓN OFRECE UNA SESIÓN MONOGRÁFICA DEDICADA A LOS VINOS DE JEREZ QUE CONTARÁ CON LA PARTICIPACIÓN DE CÉSAR SALDAÑA, DIRECTOR GENERAL DEL CONSEJO REGULADOR DE LAS DD.OO. JEREZ Y MANZANILLA DE SANLÚCAR DE BARRAMEDA.

ESCUELA DEL VINO – SESIÓN MONOGRÁFICA

Jerez, un vino con arte

Los vinos de Jerez son un producto único en el mundo y que muchas veces no ha recibido el reconocimiento o la atención que se merece.

Con el propósito de acercar estos vinos a los aficionados y descubrir la grandeza de su elaboración hemos preparado esta jornada, que consistirá en una cata de 10-12 vinos de las bodegas más emblemáticas de Jerez. Empezaremos por un fino y acabaremos con el pedro ximénez, pasando por el oloroso, el

palo cortado o el amontillado y la manzanilla de Sanlúcar de Barrameda. Posteriormente habrá un aperitivo para poder intercambiar impresiones sobre los vinos degustados.

La cata será impartida por César Saldaña, director general del Consejo Regulador de las DD.OO. Jerez y Manzanilla de Sanlúcar y va dirigida a todos aquellos técnicos, sumilleres, enólogos, comerciales, distribuidores o aficionados que deseen profundizar y disfrutar de una de las joyas vitícolas del mundo.



El curso incluye la cata de los siguientes 10 vinos:

- **Fino Maestro Sierra**
Bodegas Maestro Sierra (D.O. Jerez)
- **Manzanilla La Gitana**
Bodegas Hidalgo La Gitana (D.O. Manzanilla de Sanlúcar de Barrameda)
- **Manzanilla Pasada Aurora**
Bodegas Pedro Romero (D.O. Manzanilla de Sanlúcar Barrameda)
- **Amontillado Viejo Botaina**
Bodegas Domecq (D.O. Jerez)
- **Amontillado V.O.R.S del Duque**
Bodegas González Byass (D.O. Jerez)
- **Oloroso Sacromonte 15 años**
Bodegas Valdivia (D.O. Jerez)
- **Oloroso V.O.R.S**
Bodegas Tradición (D.O. Jerez)
- **Palo Cortado Obispo Gascón**
Bodegas Barbadillo (D.O. Jerez)
- **Pedro Ximénez El Candado de Valdespino**
Bodegas Valdespino (D.O. Jerez)
- **Pedro Ximenez V.O.R.S. Venerable**
Bodegas Domecq (D.O. Jerez)

Jerez, un vino con arte

Sábado, 6 de octubre de 2007,
de 11:00 a 14:00 horas

HOTEL DON PÍO

Avda. Pío XII, 25. Madrid

Precio

140 euros (Público general)

112 euros (Amigos de la
Fundación)

Información e inscripciones

Rocío Orbea

Tel.: +34 91 343 07 08 / 09

Fax: +34 91 345 35 25

rorbea@culturadelvino.org

www.culturadelvino.org

Plazas limitadas

LA ENÓLOGA ANA MARTÍN OFRECERÁ, EL DÍA 27 DE OCTUBRE, UNA SESIÓN MONOGRÁFICA EN LA QUE SE PODRÁN CATAR ALGUNOS DE LOS VINOS BLANCOS MÁS DESTACADOS QUE SE ELABORAN EN TODO EL MUNDO.

EL DÍA 27 DE OCTUBRE

La vuelta al mundo con los vinos blancos

Actualmente se elabora vino, prácticamente en todo el mundo, pero cada clima y cada terreno y la unión de ambos hacen de cada lugar un escenario único, donde se obtienen vinos peculiares y diferentes en cada zona.

Con esta actividad queremos dar la vuelta al mundo con el vino blanco como acompañante. Así, comenzaremos en Francia y Alemania, para descubrir la elegancia y tradición de la Borgoña, la frescura de la Alsacia y del Loire y la peculiaridad del Mosela.

Descubriremos el Nuevo Mundo con blancos australianos, neozelandeses, chilenos o americanos, podremos probar variedades tan poco usuales en España como la torrontés, la fumé blanc, semillon ó pinot gris.

Todo esto bajo la dirección de Ana Martín Onzaín, química y enóloga de diferentes bodegas en Rías Baixas, Ribera del Duero, Rioja o Txacoli y una de los referentes del panorama vitivinícola español. Al finalizar la cata se ofrecerá un aperitivo a todos los participantes.

El curso incluye la cata de estos vinos, entre otros:

- **Penfolds Yattarna Chardonnay**
(Barossa Valley. AUSTRALIA)
- **Madfish Semillon Sauvignon 2006**
(WEST AUSTRALIA)
- **Cloudy Bay Sauvignon Blanc 2006**
(Malborough. NUEVA ZELANDA)
- **Robert Mondavi Napa Fumé Blanc 2002**
(Sonoma. CALIFORNIA)
- **Urban Uco Torrontés 2006**
(Mendoza. ARGENTINA)
- **Boillot JM Puligny-Montrachet 2005**
(A.O.C. Puligny Montrachet , Borgoña. FRANCIA)
- **Domaine Valette Pouilly Fuissé 2003**
(A.O.C Pouilly-Fuissé, Borgoña. FRANCIA)
- **Domaine Ostertag Clos Mathis Riesling 2003**
(A.O.C Alsacia. FRANCIA)
- **Pierre Frick Gewurztraminer Gran Cru Steinert 2003**
(Appellation Alsace Grand Cru Contrôlée. FRANCIA)
- **Domaine Jo Pithon, Anjou Les Pépinières 2004**
(Appellation Anjou Contrôlée, Loire, FRANCIA)



La vuelta al mundo con los vinos blancos

Sábado, 27 de octubre de 2007,
de 11:00 a 14:00 horas

HOTEL DON PÍO

Avda. Pío XII, 25. Madrid

Precio

160 euros (Público general)

128 euros (Amigos de la Fundación)

Información e inscripciones

Rocío Orbea

Tel.: +34 91 343 07 08/09

Fax: +34 91 345 35 25

rorbea@culturadelvino.org

www.culturadelvino.org

Plazas limitadas

