



*Al día de las tendencias, las bodegas y qué vinos comprar, beber y guardar*

---

## 2 Los apuntes

Arte en la barrica

Resveratrol: elixir de juventud

España es tendencia en Estados Unidos

---

## 5 Club de Vinos

Sierra Cantabria

## 7 Muy práctico

El perfecto anfitrión no debe meter la pata con el vino

¿Está pensando en organizar una comida en casa? Le explicamos cómo cuidar el vino para que su reunión sea un éxito

## 11 Reportaje

Cuando el envejecimiento no es lo más importante

Los cómo y porqués del cada vez mayor número de tintos envejecidos en barrica que renuncian a poner "crianza", "reserva" o "gran reserva" en la etiqueta

## 15 Personajes

Grimalt-Caballero: un sueño empieza con 4 kilos

Los autores del vino más "gamberro" de España demuestran que un excelente tinto no está reñido con la imaginación y el buen humor

## 18 Cata

Crianzas: Rioja vs. Ribera

Tipificamos estilos para ayudarles a elegir entre las dos zonas y respondemos a una pregunta que se hacen muchos consumidores: ¿por qué los riberas suelen ser más caros que los riojas?

---

## 21 Muy confidencial

Toda la actualidad sobre qué vinos comprar, beber y guardar

Reconfortantes tintos de menos de 9 € - ¿Aún no ha descubierto Jumilla?

---

Edita: TodoVino The Spain Wine Shop, S.L. Dirección: Amaya Cervera

Redacción: Zorrilla, 21. 28014 Madrid. Tel.: 91 531 23 24. Fax: 91 532 60 81. **Atención al cliente: 902 500 056 (laborables de 9:00 a 19:00).**

© 2000-2009 TodoVino. Todos los derechos reservados. Queda prohibida la reproducción total o parcial por medios electrónicos y mecánicos

o mediante cualquier otro sistema sin autorización previa de la empresa editora. Puede enviar sus comentarios o sugerencias a: [larevista@todovino.com](mailto:larevista@todovino.com)

TodoVino es una empresa especializada en el asesoramiento y la venta a distancia de vinos españoles a particulares a través del Club TodoVino y de la página web

[www.todovino.com](http://www.todovino.com). Edita anualmente *La Guía TodoVino*, una selección de los vinos españoles más destacados.

El vino sólo se disfruta con moderación.

---

## Arte en la barrica



**Bodegas Ribas en Mallorca ha convocado a 21 artistas locales e internacionales para que plasmen su arte en las mismas barricas que se usan para envejecer el vino**

**Las iniciativas que unen arte y vino han vivido un auténtico boom en los últimos tiempos. Parece lógico teniendo en cuenta que el vino es el producto más noble y complejo que sale de la tierra, capaz de encerrar historia, tradición, cultura y de poder ser conducido además por la imaginación y la creatividad del hombre.**

Probablemente, la entente más famosa de este tipo sea la fabulosa colección de etiquetas que ha ido acumulando el *premier cru* de Burdeos Mouton-Rothschild desde que en 1945 empezara a pedir a artistas de la talla de Dalí, Picasso, Kandinsky, Warhol, Bacon y muchos otros que las ilustraran (la anécdota es que el autor de la cosecha 2004 es el príncipe Carlos de Inglaterra).

Últimamente nos han invitado a presentaciones de vino que se hacen en galerías de arte o museos y a visitas guiadas por los cuadros de temática vinícola del Museo del Prado. Muchas bodegas patrocinan actividades artísticas de diversa índole, se convierten en originales salas de exposiciones o convocan concursos de literatura, fotografía, pintura... además de seguir confiando sus etiquetas a reconocidos artistas.

A veces también, todo han que decirlo, la relación entre vino y arte resulta un tanto forzada, como si se hiciera sólo por estar al día y no salirse de la tendencia de moda.

Por eso nos ha parecido especialmente auténtica la propuesta de Bodegas Ribas en Mallorca, que ha convocado a 21 artistas locales e internacionales para que plasmen su arte

en las mismas barricas que se usan para envejecer el vino. El proyecto se ha venido en denominar BotArt y consta de una exposición itinerante y un catálogo en cuya introducción firmada por Lourdes Durán se puede leer: “Les da un tonel como aquellos mecenas renacentistas sufragaron los costosos lienzos y pigmentos. De roble francés, probablemente, para que en la madera tallen, perforen, deslicen, deshagan, transformen la metáfora”.

El resultado es de lo más variopinto en función de la visión y las técnicas de cada uno de los artistas: desde utilizar la barrica como si fuera un lienzo a transformarla hasta el punto de que resulte prácticamente irreconocible.

Los artistas que han participado en el proyecto son Tòfol Sastre, Manuel Coronado, Toni Colom, Ñaco Fabré, Pascual de Cabo, Pep Guerrero, Glòria Mas, Jim Bird, Jaume Terrassa, Joan March, Rafael Amengual, Pep Coll, Joan Vich, Crespi i Alemany, Pep Canyelles, Merche Laguens, Bàrbara Juan, Pep Suari, Joan Lacomba, Rafa Forteza y Joan Sastre.

Bodegas Ribas, con tradición vitícola desde 1711, es una de las firmas más comprometidas con el relanzamiento de los vinos mallorquines. Especial defensora de la variedad local *manto negro*, fue de las primeras en combinarla con variedades foráneas para conseguir vinos más consistentes. Más recientemente ha seguido profundizando en el conocimiento del material vegetal autóctono con el lanzamiento de un tinto especialmente sugerente elaborado con la muy escasa uva *gargollasa*.

# Resveratrol: elixir de juventud

**Hace 17 años el programa de la cadena norteamericana CBS 60 Minutes emitió aquel famoso reportaje sobre la “paradoja francesa”: el hecho de que el consumo regular de vino por parte de los franceses hiciera que se mantuvieran saludables pese a su dieta altamente grasa. Hoy está considerado como una de las causas más importantes, conocidas y documentadas del aumento del consumo de vino en Estados Unidos.**

Hace unos días, el vino volvió a ser protagonista de este legendario espacio. Realmente, no el vino, sino uno de sus componentes: el resveratrol, al que multitud de estudios e investigaciones asocian gran parte de los efectos beneficiosos que un consumo moderado puede tener sobre la salud. Ahora una píldora de resveratrol, en una concentración que exigiría tomarse al equivalente de 1.000 botellas diarias de vino, podría alargar la vida de las personas y prevenir las enfermedades asociadas al envejecimiento como la diabetes, el alzheimer, el parkinson e incluso algunas formas de cáncer.

El logro podría ser posible gracias a un proyecto iniciado en 2003 por los doctores David Sinclair y Christoph Westphal a través de la compañía Sirtris y que desarrolla las investigaciones del primero sobre los componentes genéticos del envejecimiento. Sus estudios parten de la observación del gen “sirtuin” que está presente en casi todas las formas de vida; un gen que normalmente está latente, pero cuya activación, según Sinclair, permitiría ampliar la esperanza de vida o, más exactamente,

activar las defensas naturales del organismo contra las enfermedades ¿Y se imaginan qué elemento es capaz de poner en marcha este esperanzador mecanismo? El resveratrol.

Ahora el siguiente paso lógico es transformar este hallazgo en maravillosas pastillas antienvjecimiento.

Hasta la fecha, los experimentos con ratas de laboratorio han demostrado que las que estaban sometidas a una “dieta” de resveratrol podían correr dos veces más rápido, vivían un 20% más, engordaban menos y sus órganos se mantenían más jóvenes. También se ha realizado una prueba en personas aquejadas de diabetes con la que, sin ningún otro tratamiento ni dieta de por medio, se registraron bajadas significativas en los niveles de glucosa e insulina.

Los resultados son fantásticos, sin duda, pero aún quedan pendientes muchos pasos y pruebas para poder desarrollar el medicamento. No obstante, Sinclair es optimista y considera que en cinco años podrían haber dado con la píldora del resveratrol. No es el único que cree firmemente en el proyecto. En sus primeros tres años de funcionamiento Sirtris consiguió recaudar fondos por encima de los 100 millones de dólares y hace unas semanas la compañía fue adquirida por el gigante farmacéutico GlaxoSmithKline que pagó 750 millones de dólares por ella.

El reportaje de la CBS puede verse en <http://www.cbsnews.com/stories/2009/01/25/60minutes/main4752082.shtml>



**Una píldora de resveratrol podría alargar la vida de las personas y prevenir las enfermedades asociadas al envejecimiento**

## El vino español es tendencia en Estados Unidos



Algunos elaboradores norteamericanos están plantando variedades españolas en sus viñedos. La próxima moda podrían ser los albariños, tempranillos, graciosos...

**Entre las tradicionales predicciones vinícolas que la crítica internacional realiza a principios de año, hemos encontrado algunas excelentes expectativas para los vinos españoles. No todo va a ser crisis, caídas de ventas y descenso del consumo.**

En Wine Review Online (<http://www.wine-reviewonline.com/search.cfm>), Patrick Comiskey lanza cinco predicciones para el año en curso, dos de las cuales pueden resultar ventajosas para los vinos patrios. Por un lado, la pérdida de mercado de un vino caro como es el champagne dejará un hueco importante para otros espumosos con precios más atractivos entre los que, por supuesto, el cava tendría mucho que decir. Aunque deberá luchar con otros competidores que aspiran al mismo estatus: espumosos de otros lugares de Francia (especialmente Alsacia, Vouvray o Borgoña), la legión de moscatos, prosecos y lambruscos alemanes, los sekts alemanes y austriacos y (barriendo para casa), “los cada vez más mejorados espumosos norteamericanos”.

Por otro, la opción de originalidad de elaboradores de diversas regiones vinícolas de Estados Unidos de empezar a plantar variedades nuestras en sus viñedos. Tras tres décadas de insistencia en las variedades del Ródano (*syrah* y compañía) como alternativa al universo Burdeos, la próxima moda podría estar marcada por las *albariño*, *tempranillo*, *graciano*, *monastrell* y *garnacha*.

Ya existe un grupo organizado en torno a Tapas (Tempranillo Advocates, Producers and Amigos Society) que viene a ser una respuesta española a los Rhone Rangers. Y, desde luego, que nuestras uvas sean más conocidas en Estados Unidos ayudará también a vender vinos españoles.

Más optimistas aún son las predicciones aparecidas en la web dedicada al lujo Private Clubs que asegura que España podría ser la nueva Francia, ya que “se ha ganado el respeto y la credibilidad gracias a sus sorprendentes tesoros enológicos. Un factor que le ha ayudado a ganar terreno frente a Italia y Francia es la comida. Si la cocina española no es precisamente exuberante, las tapas se han convertido en toda una corriente de peso que ha potenciado los vinos españoles. E incluso si las variedades autóctonas españolas siguen siendo desconocidas para los americanos, sus vinos aportan un estilo evidentemente maduro, frutal y directo que está en buena sintonía con nuestros paladares tan orientados a la fruta”.

Otra predicción es que la *albariño* podría ser “la gran esperanza blanca”. Literalmente: “Si la *albariño* se cultivara tan bien como la *chardonnay* fuera de su patria, este aromático blanco español sería ya una estrella”. Y: “Suficientemente opulento para gustar a los amantes de la *chardonnay*, se puede decir que este vino es el mejor amigo del marisco”.

No está mal para levantar el ánimo, ¿verdad?

## D.O.Ca. Rioja

# Sierra Cantabria

La selección de este mes es una auténtica primicia; un tinto especialmente cuidado y seleccionado, trabajado con el mismo rigor de quien elabora algunos de los mejores vinos de España, pero que pueden llevar a su mesa a un precio accesible.

Estamos ante la nueva versión del Cuvée de Sierra Cantabria, que evoluciona hacia el concepto de vino de pago y hacia un trabajo aún más meticuloso. Con un "lacre" largo en *La Guía TodoVino 2009*, es una de las etiquetas con mayor valor añadido de Rioja y del país. Detrás de ella está la familia Eguren, uno de los nombres de mayor prestigio dentro del actual panorama del vino español.

Después de cuatro generaciones unidas a la viña y embotellando con marca propia desde 1957, se podría decir que les corre vino por las venas. Su evolución ha sido de las más brillantes de Rioja: desde los tintos de cosechero a etiquetas tan reconocidas como Amancio, El Bosque, La Nieta, San Vicente o algunas otras que han sido exitosas selecciones privadas del Club como El Puntido o Sierra Cantabria Colección Privada.

El corazón de la familia Eguren está en el pintoresco San Vicente de la Sonsierra, en Rioja Alta, un municipio encaramado a una colina y situado entre las aguas de Ebro y la barrera protectora de la Sierra de Cantabria. Esta cadena montañosa da nombre a la bodega donde se elabora el vino seleccionado y que ha sido el germen de un grupo que hoy cuenta con tres bodegas sólo en Rioja y una cuarta en la Denominación de Origen Toro.

¿Dónde está la clave del éxito? Sin lugar a dudas, en el viñedo. El extraordinario olfato

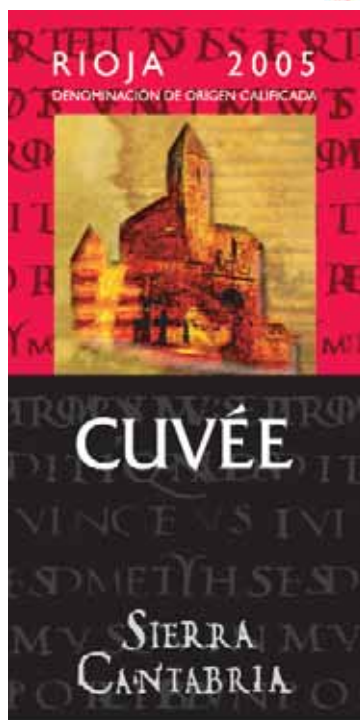
de Guillermo Eguren para elegir las mejores parcelas ha encontrado con el tiempo la réplica ideal es sus hijos: Marcos, en el lado enológico, y Miguel Ángel en la organización y la gestión. La incorporación de ambos al negocio a finales de los ochenta marcó un cambio de rumbo definitivo y una marcha imparable hacia las máximas alturas del vino español.

La filosofía de trabajo en todos sus vinos parte siempre de viñedos de características singulares por su ubicación, suelos o edad de las cepas. El trabajo riguroso en el campo y la limitación de rendimientos se hace más exigente si cabe con una estricta selección en viñedo y el meticuloso examen de los racimos en la cinta de selección. En bodega, prima el uso de maderas nuevas y se combina inteligentemente el roble americano y francés dependiendo del estilo de cada vino.

El Sierra Cantabria Cuvée en esta excelente cosecha 2005 estrena cambio de imagen y botella, que pasa del formato burdeos a borgoña. Es la etiqueta que sirve de puente entre la gama clásica de crianzas, reservas y grandes reservas de la bodega y sus modernos y exclusivos tintos de pago. Esta condición fronteriza que le ha convertido en una "joya secreta" refleja sin embargo lo mejor de los dos mundos y constituye un apasionante descubrimiento. Además de un lujo accesible, si se mira todo lo que ofrece por un precio especialmente acertado.



**El éxito de los vinos de la familia Eguren se apoya en los singulares viñedos de los que proceden**



Selección Club Canal Cocina marzo 2009

**Sierra Cantabria Cuvée 2005**

Tinto, D.O.Ca. Rioja

13,95 €



2004:

**Opiniones sobre el vino**

No es fácil reunir en la copa la nitidez y limpieza frutal de la juventud, la complejidad que aporta el envejecimiento en roble y la voz de un terruño singular. Con un "lacre" largo, el Sierra Cantabria Cuvée es de las pocas etiquetas dentro de su gama de precio que sale airosa en el intento. Este tinto procede de viñedos de *tempranillo* de 30 años cuyos rendimientos no superan los 32 hectolitros por hectárea, en concreto de la Finca La Llana. Las uvas han sido sometidas a una férrea selección en viñedo y en bodega. Se ha realizado una maceración prefermentativa para preservar esos deliciosos aromas frutales que encontrarán en la copa y posteriormente el vino ha hecho la maloláctica en barrica (un lujo reservado habitualmente para los tintos más altos de gama) para continuar un envejecimiento en roble que le ha aportado complejidad y distintivas notas tostadas y especiadas. Si a estas virtudes sumamos las excelencias de la cosecha 2005 en Rioja, que ha permitido alumbrar tintos de buena estructura, elegancia y excelente equilibrio, nos encontramos ante una irresistible propuesta que llevar a nuestra mesa. Pocos vinos ofrecen tanto valor añadido.

**Nota de Cata**

**Aspecto:** Picota amoratado

**Aroma:** Buena intensidad, aromas florales (violetas), eucalipto, fruta negra, lácteos, torrefactos

**Gusto:** Muy fresco y vivo, sabroso, bien equilibrado, ricos matices, paso de boca balsámico y láctico. Final frutal con agradables aromas de la barrica. Buena persistencia

**Otras características**

**Tipo de suelo:** Arcillo-calcáreo

**Variedades de uva:** 100% Tempranillo

**Tipo y capacidad de botella:** Borgoña de 75 cl.

**Elaboración y crianza:** 12 meses en barrica y resto en botella

**Barricas:** Roble americano (60%) y francés (40%)

**Temperatura de servicio:** 16° C

**Grado:** 13,5% vol.

**Tiempo de conservación:** Perfecto equilibrio y con la estructura necesaria para mantenerse en plena forma hasta 2014.

**Acompañamiento:** Carnes rojas, asados, estofados, caza, quesos curados y foie.

13,95 € botella (IVA incluido)

**Solicite su adhesión al Club e información sobre meses anteriores**

☎ 902 500 056 (laborables, de 9:00 a 19:00)

🌐 [www.canalcocina.com](http://www.canalcocina.com)

[canalcocina@todovino.com](mailto:canalcocina@todovino.com)

- Novedad
- Buena relación calidad-precio
- Mágnium
- Disponibilidad limitada

## El perfecto anfitrión no debe meter la pata con el vino

Las reuniones familiares y de amigos en casa están en alza. No sólo porque resulten más económicas que acudir en tropel al restaurante. Cada vez hay más gente que disfruta con la cocina y se divierte organizando cenas y comidas. Y el vino puede ayudar a que se conviertan en un éxito. Basta con conocer unos pocos principios básicos.

Lo primero: el vino está pensado para acompañar la comida. Por lo tanto, cualquier reunión con acento gastronómico, por muy sencillas que sean sus preparaciones, quedaría coja sin el acompañamiento de uno o varios vinos. Si está bien elegido, el vino realza el sabor de los alimentos y eleva, en consecuencia, el disfrute de la comida. Hasta la mera presencia de unas copas viste la mesa. Empecemos por ellas.

**Elegir la copa adecuada.** Lo mejor: que sea sencilla, lisa y funcional, sin relieves ni dibujos que quiten protagonismo al vino. Con una base estable y forma de balón que se cierra en el borde. Ésta es la descripción básica. A partir de ahí se puede elegir entre una multitud de precios y modelos. Descarten, no obstante, el tradicional catavinos que se utilizaba en el ámbito profesional. Resulta algo pequeño. Es mejor optar por una copa de mayor tamaño y con mayor superficie del balón en la que el vino se mueva con libertad y permita una oxigenación más rápida.

El mayor o menor grosor del cristal está directamente relacionado con el precio.

Cuanto más fino, más caro y más agradables serán las sensaciones táctiles de entrada en boca. Los cristales más finos, por otro lado, se corresponden a menudo con fabricaciones artesanas y, en general, también son más frágiles. Todo dependerá de su presupuesto y su grado de “locura” por el vino. Lo más recomendable es empezar con un juego básico que responda a la descripción anterior y quizás también otro específico para espumosos (aunque un experto nunca se molestará si le sirven un cava o champagne en una buena copa estándar). A medida que uno evoluciona en su conocimiento del vino, lo lógico es optar por modelos de mayor calidad o específicos para vinos concretos. El fabricante austriaco Riedel es famoso por sus diseños adaptados a zonas y variedades entre los que se encuentran las versiones muy españolas de la “copa Jerez” y la “copa tempranillo”.

**¿Cuántas copas se deben colocar en la mesa?** Al final van a tener que utilizar tantas como número de vinos se vayan a servir, además una copa de agua. Pero poner más de tres o cuatro copas por comensal puede convertirse en un tremendo jaleo. Por eso le



Si está bien elegido, el vino realza el sabor de los alimentos y eleva, en consecuencia, el disfrute de la comida



recomendamos que no se meta de buenas a primeras a elaborar una especie de menú degustación con un acompañamiento distinto para cada plato si no cuenta con una mesa bien grande y copas suficientes. Aunque cabe la opción de ir retirando las copas usadas para introducir otras limpias para los nuevos vinos, eso solucionará los problemas de espacio en la mesa, pero no el número de unidades necesarias, ya que no habrá tiempo material de limpiarlas entre un plato y otro. Además, un comensal podría querer mantener frente a sí todos los vinos que le han servido para ver su evolución.

En una reunión informal para “locos” del vino no existen este tipo de problemas. Hemos asistido a muchas en las que se pone una cubitera en el centro que se usa tanto para vaciar las copas antes de probar un nuevo vino como para deshacerse de la porción que se utiliza para envinar (enjuagar la copa con el nuevo vino para eliminar los caracteres del anterior). En este contexto, que probablemente no sería agradable para quien no esté habituado a ello, basta con una o dos copas por persona.

**La presentación de la botella y el servicio.** Usted puede decidir si descorcha la botella delante de sus invitados, si lo hace en la intimidad de su cocina (quizás mejor si la ocasión es formal y no tiene mucha práctica) o si procede con cierta antelación como conviene a ciertos vinos. El procedimiento es utilizar la pequeña cuchilla que incorpora el sacacorchos para cortar la cápsula justo debajo del gollete (esa pequeña protuberancia situada en la parte superior del cuello de la botella) con la etiqueta bien visible al frente mientras con la otra mano sujeta la botella por el cuello. Otra opción más cómoda y fácil es utilizar un cortacápsulas.

A continuación se introduce el sacacorchos y se extrae el corcho sin mover la botella y teniendo especial cuidado de sacar suavemente el tapón en el tramo final para que no haga demasiado ruido ni se vierta el vino. Es conveniente tener un paño a mano para limpiar las posibles impurezas que puedan quedar en el cuello de la botella. Puede utilizar este mismo trapo para que la botella no gotee mientras sirve el vino a sus invitados o

introducir un *drop-stop*, esa milagrosa lámina circular que no deja caer ni gota en el mantel y que está a la venta en cualquier tienda especializada.

La botella se deja en la mesa sobre un posabotellas, a no ser que cuente en su casa con personal de servicio, en cuyo caso se dejaría en una mesa auxiliar y también correspondería al servicio el descorche de la botella. Aunque quizás lo más correcto sería que las botellas ya estuvieran abiertas y que a diferencia del restaurante, donde el sumiller da a probar el vino justo antes de servirlo, el anfitrión hubiera comprobado previamente que no hay ninguna botella problemática.

**El vino, en perfectas condiciones.** Los elementos fundamentales que hay que tener en cuenta son la temperatura y valorar si para el tipo de vino elegido pudiera ser conveniente o no una decantación previa o un descorche anticipado.

Los espumosos se sirven a unos 7°C aunque pueden aguantar algo más de frío; los rosados y blancos jóvenes a unos 6-8°C y los de crianza algo menos fríos (9-12°C): los tintos jóvenes, bastante frescos (13-15°C) y los de crianza en madera a unos 18°C, aunque no está de más enfriar un poco más teniendo en cuenta que irán calentándose en la mesa, especialmente cuando el grado alcohólico supera los 13% vol..

El mejor sistema para enfriar, tanto para blancos como para tintos es la cubitera con hielo y agua colocando más hielo cuanto más queramos que baje la temperatura. En el caso de blancos y espumosos servirá además para mantener la temperatura. No se olvide entonces de servir con una servilleta para no derramar gotas de agua sobre la mesa.

Respecto a la apertura anticipada de la botella, la mayoría de los vinos se beneficiarán de la pequeña oxigenación que este gesto proporciona: los jóvenes para airearse y eliminar los posibles tufos provocados por un encierro prematuro en la botella (basta con 10-20 minutos); y los vinos estructurados y concentrados para ofrecer una mayor expresividad en el momento de servirlos en la copa; en este caso conviene abrir la botella aproximadamente una hora antes.

No caiga en el error más común. Los espumosos encajan mucho mejor como aperitivo o al inicio de la comida para acompañar platos no muy consistentes

La **decantación** puede ser beneficiosa para los tintos más cerrados y obstinados y especialmente práctica para aquellos que puedan tener posos; algo que puede ocurrir en la mayoría de vinos viejos y en muchos tintos modernos embotellados sin filtrar. La mayoría de elaboradores advierten de este hecho en sus etiquetas, pero siempre es conveniente cuando se compra un vino (y de ahí que sea importante contar con una voz especializada) preguntar sobre las condiciones más adecuadas para su servicio. Si la etiqueta elegida es un tinto viejo de su bodega, realice la decantación justo antes del servicio, ya que aquí el único objetivo sería eliminar los posos y no tanto una oxigenación que podría llevarse por delante su delicado y frágil *bouquet*.

**Algo de protocolo.** Es raro que las celebraciones en casa revistan una tremenda formalidad, pero por si fuera el caso, el protocolo de servicio del vino debe ser acorde con el sexo y la importancia que se concede a los invitados. Y este hecho se debe reflejar, naturalmente, en la posición que cada uno de ellos ocupa en la mesa. La pareja de anfitriones suelen situarse uno frente a otro. Los invitados más importantes a la derecha de los anfitriones (el hombre a la derecha de la anfitriona y la mujer a la derecha del anfitrión), los segundos en importancia a su izquierda y así sucesivamente. A la hora de servir el vino, se sirve primero a las señoras comenzando por la que está situada a la derecha del anfitrión, luego la que está a la izquierda y sucesivamente derecha e izquierda. A continuación se comienza a servir a los caballeros siguiendo la misma pauta de derecha-izquierda.

**El orden de servicio.** Este tema es bastante subjetivo y depende de muchos factores: la añada, el estilo del vino, la variedad o variedades empleadas. El orden recomendado habitualmente es de: a) espumosos; b) finos y manzanillas; c) blancos; d) rosados; e) tintos; y f) dulces. Y en el caso de que se sirviera más de un ejemplo de cada tipo, se debería empezar con las propuestas más ligeras e ir evolucionando a las más estructuradas y complejas. Por ejemplo, siempre antes un blanco joven que uno fermentado en barrica; y un tinto joven que otro con crianza. Pero a menudo surgen dudas e

incluso los mismos profesionales podemos diferir en nuestras preferencias. Siempre puede pedir consejo a su proveedor habitual sobre situaciones particulares. Todo dependerá también de quiénes sean sus invitados y si lo que busca es mantenerse en la corrección más ortodoxa o sorprender. Y, desde luego, no descuide su gusto personal.

Eso sí, no caiga en el error más común. Los espumosos encajan mucho mejor como aperitivo o al inicio de la comida para acompañar platos no muy consistentes. La ventaja, si se ofrecen para dar la bienvenida y acompañar un aperitivo de pie o en torno a una mesa baja de por ejemplo embutidos, almendras saladas o patatas fritas, es que nos ahorra el poner otra copa más en la mesa. Los de mayor crianza, tipo grandes reservas o champagnes *vintage* (de añada), a menudo tienen suficiente estructura para acompañar platos de carnes blancas y pescados en salsa. Pero al final de la comida, por su elevada acidez, resultan bastante indigestos e incompatibles con los postres a no ser que se opte por una versión dulce o semi-dulce.

También es conveniente tener alguna alternativa preparada para quien tenga problemas con las bebidas con carbónico; lo ideal sería un vino blanco, un fino o una manzanilla.

**¿Cuántas botellas de cada vino?** El cálculo debe hacerse en función del número de invitados y del número de vinos que vaya a servir. Si la idea es que cada plato esté acompañado por un vino, deberá contar una botella por cada seis-ocho personas. Si la comida va a ser acompañada por un único vino, mejor calcule por lo alto y tenga prevista media botella por comensal.

Si además quiere tratar el vino con seriedad, como anfitrión debe asegurarse de probar cada nueva botella que se abra del mismo vino y comprobar que se encuentra en buenas condiciones. Los muy puristas esperarán a acabar el contenido de su copa para no mezclar el contenido de dos botellas distintas.

**Los vinos y los platos.** Realmente, se ha evolucionado mucho desde los lugares comunes de los tintos con la carne y los





blancos con el pescado. Hoy los sumilleres son capaces de elegir vinos perfectos para los sofisticadísimos platos que idean brillantes y estrellados cocineros y toman en consideración infinidad de factores, incluida la textura, el carácter más o menos graso del plato, la intensidad del sabor e incluso su vertiente aromática.

Nuestro consejo es que se sitúe en un punto intermedio entre los dos extremos. Valore la consistencia del plato y busque vinos que se ajusten a ella. Otra buena idea es acompañar platos regionales con vinos de la misma zona: cordero asado con tintos de Ribera del Duero o mariscos con albariños de Rías Baixas, por ejemplo. Definitivamente, la cocina oriental y especiada va mejor con espumosos y blancos aromáticos y de buena acidez que con tintos. Si el vino interviene como ingrediente de alguna receta, tiene cierta gracia emplear el mismo que se vaya a servir luego en la mesa para crear un vínculo entre lo que hay en el plato y en la copa.

#### ¿Qué pasa si los invitados traen vino?

Puede ser un imprevisto que eche al traste con la perfecta planificación de su comida. No obstante, lo correcto sería encontrar la manera de ofrecerlo también en la mesa. Esto implica enfriarlo en caso de ser necesario para que se consuma a la temperatura adecuada y prever el momento del descorché. Si tiene características similares a algu-

nos de los que usted había preparado, lo puede sustituir perfectamente. Si no, tendría que encontrar el momento más adecuado para presentarlo. Tenga en cuenta también que si se tratara de una sola botella y resultara insuficiente para que pudieran probarla todos los comensales, lo mejor sería explicar la situación al invitado que trajo el regalo para que no se sienta ofendido.

**Contar la historia de los vinos.** Como anfitrión, es lógico que cuente algo sobre los vinos que están presentes en la mesa. No hace falta que de una conferencia ni que se estudie la web de la bodega en cuestión, aunque si le resulta divertido puede consultarla o echar un vistazo a alguna guía profusa en detalles como intentamos que sea nuestra Guía TodoVino. En cualquier caso, bastaría con que reforzara su elección con un simple: “en la tienda especializada del barrio me han recomendado este blanco para acompañar tal o cual plato; a ver qué os parece”; o “este verano visitamos una bodega y compramos varias botellas de este vino...” y entonces puede relatar su experiencia personal. O simplemente decir “este es uno de mis blancos o tintos favoritos...”. Y quedará claro que se ha preocupado especialmente por su elección. Si además la mayoría de los invitados sienten interés por el tema, el vino puede convertirse en una de las conversaciones más apasionantes de la velada.

## Cuando la crianza no es lo más importante

¿Cómo elegir entre dos tintos de la misma y afamada región? Uno es un familiar crianza; otro tiene una presentación estupenda que invita a presuponer una alta calidad pero no hay ningún elemento en la etiqueta más allá del nombre del vino y el elaborador que de pistas al respecto. Seguramente se ha topado usted con un tinto “genérico”; o lo que es lo mismo, un tinto sin indicativo de crianza, una categoría en alza que engloba etiquetas de indudable interés en distintos segmentos de precio.

En la práctica estamos ante vinos en los que el elaborador no quiere –o no puede– hacer uso de los indicativos tradicionales de envejecimiento en madera: esos “crianza”, “reserva” y “gran reserva” tan profunda y devotamente interiorizados por varias generaciones de consumidores españoles.

Pero los llamados vinos “genéricos” también se han criado en bodega y, por lo tanto, comparten la complejidad y los beneficios que este proceso aporta al vino. Sin embargo, salen al mercado con la misma precinta que un vino joven. El principal mensaje que transmiten es el año de cosecha.

No obstante, algunos consumidores aún dudan sobre si valen lo que cuestan. Desde su punto de vista, decir “crianza”, “reserva” y “gran reserva” es un seguro de una inversión en inmovilizado por parte de las bodegas; un coste real y visible que se refleja en la etiqueta.

¡Qué paradójico entonces que casi todos los vinos mejor valorados hoy en España se comercialicen sin esos indicativos de crianza! Sin ir más lejos, 17 de los 21 “tres lacres” de *La Guía Todovino 2009* fueron genéricos. ¿Por qué los elaboradores apuestan cada vez más por esta opción?

De entrada, habría que distinguir entre dos situaciones bien distintas. Quien trabaja

dentro de una denominación de origen y decide voluntariamente utilizar la contraetiqueta genérica; y quien, situándose fuera de ella, no tiene otra opción porque la legislación no le permite emplear los indicativos tradicionales de crianza.

### Genéricos a la fuerza

En 1980, Mariano García, entonces flamante enólogo de Vega Sicilia, lanzaba su primer Mauro al mercado (era la cosecha 78), un proyecto personal que llevaba el nombre de su padre. Faltaban aún dos años para que se creara la Denominación de Origen Ribera del Duero, cuyos límites quedaron un tanto distanciados de la pequeña localidad vallisoletana de Tudela de Duero donde elaboraba el vino. Mientras los recién estrenados riberras hacían con éxito sus primeros pinitos en el mercado, Mauro era un humilde vino de mesa que desafiaba la prohibición que pesaba sobre esta categoría de informar del año de cosecha. “Tener un indicativo de crianza habría sido de gran ayuda –recuerda Mariano–; lo mismo que estar dentro de una DO. La verdad es que no podíamos poner casi nada en la etiqueta”.

Aunque en lo que respecta al envejecimiento, se manifiesta contrario a normativas: “No se entiende que porque un vino haya estado un año en bodega o en botella tenga otra categoría. Hay que ver además los con-



**¡Qué paradójico que casi todos los vinos mejor valorados hoy en España se comercialicen sin indicativos de crianza! ¿Por qué los elaboradores apuestan cada vez más por esta opción?**



En la apuesta por los genéricos hay una crítica implícita a la normativa tradicional, que certifica sólo el tiempo en barrica y en botella y no dice nada sobre el tipo, la calidad o la edad de las barricas

dicionantes con los que se realiza la crianza”. Su compañero de viaje más notable en esta travesía del desierto fue Carlos Falcó, cuyos primeros Dominio de Valdepusa llegaron al mercado a comienzos de los ochenta. Fueron las primeras etiquetas que se codearon con los tintos riojanos y de la Ribera.

Pero eso no quiere decir que el camino fuera fácil. Los primeros Abadía Retuerta que salieron al mercado en la segunda mitad de los noventa lo hicieron también como vino de mesa pese a que procedían de una finca prácticamente limítrofe con la Ribera del Duero. En la comunicación al consumidor, como recuerda hoy su director de marketing, Álvaro Pérez Navazo, se buscaba la equiparación con los familiares indicativos de siempre: Rívola, se explicaba, viene a ser un crianza; el Selección Especial, un reserva... La estrategia se mantuvo hasta que las etiquetas alcanzaron un posicionamiento lo suficientemente sólido como para poder centrarse en el estilo y la marca. Según la experiencia de esta casa, “el tema genérico pasa a segundo plano sólo cuando la marca está perfectamente establecida”.

#### Tiempo no es igual a calidad: una pequeña revolución en Rioja

Básicamente, la noticia que generaron los Mauro, Valdepusa, Retuerta y otros fue que se podían hacer excelentes vinos fuera del ámbito de las denominaciones de origen. Pero los genéricos no fueron primera página hasta que desafiaron el *statu quo* riojano. O al menos hasta que lo hicieron marcas clave de esa zona en los años noventa.

Antes, una etiqueta rompedora como Cosme Palacio, el primer tinto riojano criado totalmente en barrica nueva, roble francés y con maceraciones de 28 días, estuvo a punto de dar el paso, pero finalmente apostó por un estadio intermedio. En su estreno en el mercado reflejó la nueva filosofía con la palabra “cosecha 1986” bien grande y ningún indicativo de envejecimiento en la etiqueta, aunque la precinta de “crianza” (los tiempos no daban para llegar a “reserva”) aparecía en la parte trasera de la botella. Fue el primer tinto con altas pretensiones que se quedaba en esta modesta categoría.

El Consejo Regulador de Rioja, cuya normativa ha adoptado una gran mayoría de deno-

minaciones, establece para un “crianza” tinto 24 meses de envejecimiento, de los cuales 12 deben ser en barrica. Un “reserva” tinto también debe pasar por lo menos un año en roble, pero debe cumplir un total de 36 meses en bodega.

En la práctica sí existían en Rioja vinos envejecidos que salían al mercado con la misma categoría que un vino joven. Procedían de pequeñas firmas y viticultores que no podían utilizar los indicativos de crianza porque no cumplían otro requisito adicional: el de tener un mínimo de 500 barricas de 225 litros y el doble de esta capacidad en depósitos. Posteriormente el límite se redujo hasta 50 barricas, pero en esta liga de pequeños se encontraban en los años sesenta y setenta bodegas tan relevantes en la actualidad como Sierra Cantabria.

La familia Eguren, que hoy puede presumir de firmar un alto número de superriojas –todos genéricos–, estaba realizando su particular revolución al filo de la década de los noventa. Y San Vicente, que se estrenó con la añada 1991, resumía perfectamente el concepto: un vino de pago, con viticultura extremadamente meticulosa para la época, alta selección, novedosa carga frutal, gran volumen en boca... “Cuando lo dábamos a probar –recuerda Marcos Eguren, el responsable enológico de la casa–, la gente se quedaba impactada. En Estados Unidos lo querían tal cual”. Y el tal cual en ese caso implicaba lanzarlo al mercado antes de que cumpliera los tiempos establecidos para un reserva. “Como no respondía en absoluto a ninguno de los parámetros de un crianza, salió con la misma contraetiqueta genérica de un vino joven. Pero los clientes internacionales reaccionaron muy bien y con la cosecha 95 decidimos servirlo también en España en el momento idóneo que marcaba la filosofía del producto”.

Por las mismas fechas, Artadi, un icono de modernidad en Rioja, revoluciona totalmente su gama desde un posicionamiento pensado y masticado desde hacía tiempo: “Nadie puede guiarse por una norma escrita para elaborar un vino porque cada vino tiene sus propios parámetros; hay infinidad de variables a las que podemos aludir para hacer un producto diferente”, afirma su propietario Juan Carlos López de Lacalle.

Viñas de Gaín abandonó la designación de crianza con la cosecha 98 y Pagos Viejos dejó de ser reserva con la añada 97. El paso era también una cuestión de diferenciación: “Habíamos llevado a cabo toda una revolución –explica Juan Carlos– haciendo vinos completamente distintos y no nos aportaba nada estar en una situación de comparación con las categorías tradicionales cuando nuestras etiquetas no tenían nada que ver ni en concepto de elaboración, ni en composición fenólica, ni en crianza en barrica”.

Además, los vinos de bodegas clave que surgen en esos años y posteriores lo hacen directamente como genéricos. Entre los más emblemáticos, Finca Allende, el proyecto personal del iconoclasta Miguel Ángel de Gregorio (su primera cosecha es 96), la Compañía de Vinos que pone en marcha Telmo Rodríguez en 1994 con propuestas no sólo en Rioja sino en otras zonas, o Pujanza, fundada en 2002 por Carlos San Pedro.

En la mente de todos estos elaboradores obsesionados por la calidad había una crítica implícita a la normativa tradicional que certificaba únicamente el tiempo en barrica y botella y no decía nada sobre el tipo y calidad del roble o la edad de las barricas. Si volvemos al tema del coste que tanto preocupa a algunos consumidores, la diferencia de precio entre una barrica nueva y una usada es abismal y, por supuesto, resulta mucho más caro envejecer un tinto doce meses en barricas nuevas de roble francés que criarlo dos años en roble americano usado.

### Una tendencia en alza

En Ribera del Duero, Peter Sisseck, lanzó Pingus sin indicativos de crianza con la añada 95, aunque le precede en el tiempo Condado de Haza, que se comercializó de esta manera entre las cosechas 1994 y 1999. Olga Fernández explica que se intentó emular la costumbre francesa de sacar antes el vino y que fuera el consumidor el que lo envejeciera y decidiera su momento favorito de consumo. “Quizás nos adelantamos un poco –señala–. Además, la fecha de aparición en el mercado coincidía con el verano, lo que no resultaba apropiado de cara al transporte y desde el 99 se retrasó la salida y se adoptó la precinta de crianza, aunque para nosotros lo más importante es la cose-

cha y el modo en que se elabora, y los vinos siempre han pasado entre 14 y 16 meses en barrica”.

Pero tal vez el mensaje más claro en esta zona lo dio Bodegas Emilio Moro, primero con el lanzamiento de Malleolus, su propuesta más alta de gama, sin indicativos de crianza con la cosecha 98 y luego transformando toda su gama de vinos que seguía los parámetros clásicos y reconvirtiéndola en genérica. ¿La razón? “Porque no creemos en las políticas que establecen los Consejos Reguladores sobre la crianza que debe tener un vino –dice José Moro–, ya que en ello influyen las características de la cosecha, el tipo y edad de las barricas... No puedes someter el vino a unas normas concretas que no aportan valor añadido. Es un concepto más realista que moderno”.

El cambio no fue traumático para los Moro. La marca gozaba de un buen posicionamiento en el mercado y no se vio afectada, pero la familia sí enfatiza en la necesidad de informar al consumidor. De hecho, sus botellas incluyen un resumen del proceso de elaboración y se especifican los meses de envejecimiento en madera.

Esto es algo que los riojanos no pueden hacer tal y como está la normativa en su denominación. Hay quien lo ve como una desventaja frente a un potencial comprador, pero también quien, como Juan Carlos López de Lacalle de Artadi, busca coherencia hasta el final: “Para mí no añade nada el poner que el vino ha estado un cierto número de meses en barrica; si no lo consideramos importante, ¿por qué decirlo? En el fondo, va contra nuestros principios”.

En ocasiones, la razón de la contra genérica puede ser tan de andar por casa como que haya una presión importante por parte de los distribuidores para comercializar una nueva añada y no de tiempo de completar el tiempo establecido de crianza en botella para ganarse la precinta correspondiente. Incluso si la diferencia es tan nimia como de un mes.

Realmente no hay tantas bodegas dentro del ámbito de las denominaciones de origen que apuesten por una gama genérica al cien por cien, especialmente en una zona en la que





La crianza ha pasado de ser la variable clave a convertirse en un aspecto más, tanto en la elaboración como en la comunicación del producto al consumidor

pesa tanto la tradición como es Rioja. Lo habitual es que se mantenga la línea clásica establecida en el mercado y se lance una etiqueta genérica con aspiraciones y un precio acorde, o incluso una gama genérica paralela.

En los últimos tiempos, a la lista de tintos de altos vuelos y de crianzas y reservas que han dejado de serlo hay que sumar también los semicrianzas: etiquetas bastante asequibles en precio y habitualmente con envejecimientos en barrica inferiores a los de un crianza, pero pensadas para una rápida puesta en el mercado. Un saco en el que caben marcas como Finca Resalso, de la familia Moro en Ribera del Duero por poner un ejemplo bien conocido. Esto quiere decir que no sólo hemos vivido una gran explosión de marcas y de bodegas; también se han creado nuevos segmentos de producto que han ampliado notablemente las gamas de vinos de las bodegas.

#### ¿Guerra de clases?

Frente al lineal ¿cómo elegir entre un tinto genérico y un tinto con indicativo de crianza? ¿Decantarse por uno u otro tipo le convierte automáticamente a uno en bebedor moderno o tradicional?

Marcos Eguren de Sierra Cantabria, bodega que mantiene una gama clásica de crianzas, reservas y grandes reservas, cree que cada estilo no va necesariamente a un consumidor diferente. “Unos días te apetece una estructura de vino y otros otra”, señala. “Además –añade–, los reservas tienden a parecerse cada vez más a los vinos modernos que a los clásicos reservas riojanos de antaño”.

Efectivamente, los productores clásicos y las gamas tradicionales no se han mantenido estáticas desde los años noventa. La mayoría de las bodegas ha realizado su particular adaptación, algunas dando saltos tan importantes hacia la modernidad que la diferenciación tan clara que existía hace unos años entre uno y otro estilo, en muchos casos se ha difuminado.

Quizás el contenido de la botella no sea tan diferente, pero probablemente la elección dependerá en gran medida de la mayor o menor dependencia que tenga cada uno de los indicativos de crianza. Psicológicamente,

¿siente que le dan más seguridad y refuerzan su compra? Pero también debería empezar a entender que la crianza no es la única clave para elegir un vino.

Desde su posicionamiento de fuera de DO, Mariano García constata en su día a día que “hay un alto porcentaje de consumidores que van todavía a la denominación y a los indicativos tradicionales. En los restaurantes se sigue pidiendo así el vino, aunque es cierto que viene una nueva generación joven y con mucha más cultura del vino”.

Juan Carlos López de Lacalle, de Artadi, considera que todo es cuestión de tiempo y le gusta mirar algo más lejos: “Rompo una lanza a favor de las categorías de crianza, reserva y gran reserva que en su día sirvieron para educar al consumidor. Pero ese mismo consumidor está evolucionando, aunque sea lentamente, para decidir qué vino, de qué precio y qué calidad toma en cada momento. De modo que en el futuro no necesitará estas clasificaciones de un articulado normativo. Al mercado hay que transmitirle un mensaje nítido, claro y sencillo. ¿Y hay algo que cale más que el origen de las cosas? Por eso funcionan las denominaciones de origen aquí y en todo el mundo. Hay dos preguntas fundamentales y entendibles por todos: dónde naciste y en qué año”.

Paradójicamente, en regiones sin tradición embotelladora y menos fijadas en la mente del consumidor, las menciones de crianza no se echan en falta. ¿Recuerdan haber probado algún priorat de reserva o haberse preocupado siquiera de ello? Cuando la elección es Priorat, Jumilla, Campo de Borja o cualquier otra zona emergente, uno quiere simplemente una etiqueta de calidad de esa región, la mejor que su presupuesto le permita. Y además la mayoría de elaboradores punteros de esas zonas no juega en la liga de los indicativos de crianza.

Así que si ese punto de vista vale para estas denominaciones menores o de experto, también debería servir para las vacas sagradas del vino español. Es un hecho que la crianza ha pasado de ser la variable clave a convertirse en un aspecto más, tanto en la elaboración como en la comunicación del producto al consumidor.

# Grimalt-Caballero: un sueño empieza con 4 kilos

Los autores del tinto más “gamberro” de España demuestran en esta entrevista a dos bandas que elaborar vinos de calidad no está reñido con el buen humor. Francesc Grimalt, enólogo, y Sergi Caballero, músico, podrían parecer una extraña pareja, pero entre los dos han conseguido llamar la atención sobre el apasionante viñedo mallorquín y comunicar sus recién nacidas creaciones con un desparpajo inusitado en el sector.

Francesc Grimalt (en la foto) no necesita presentación. Fue el alma enológica de uno de los tintos más originales y especiales de España: ese An (Ánima Negra) que llevó la denostada *callet* local a la categoría de gran vino. Sergi Caballero (ver foto en la página siguiente) sí es un desconocido en el mundo del vino, pero no en el de la música: es socio fundador, co-director y responsable de imagen del festival de música avanzada y arte multimedia Sónar. Si ven algunas de las sorprendentes propuestas que creó para su edición 2008, entenderán la ausencia de ortodoxia –y también la moderación– en la imagen de los vinos.

¿Qué tienen Grimalt y Caballero en común? Un punto de encuentro, la localidad mallorquina de Felanitx, y pasión por el vino. Juntos han creado dos tintos de nombres tan atípicos como imposibles de olvidar: 4kilos (sólo 10.000 botellas) y 12volts (unas pocas más: 30.000).

## ¿Por qué 4kilos?

**Grimalt:** Cada uno pusimos dos millones de pesetas en el proyecto: dos kilos Sergi y dos yo. La primera cosecha del 4kilos, la 2006, la hicimos en el “garaje” que un amigo tenía acondicionado para hacer vino.

Tuvimos que fermentar en tinos de acero inoxidable de los que se usan para refrigerar leche, no tanto por originalidad como por no tener ‘pasta’.

**Caballero:** También es una especie de declaración de principios. Para hacer vino no tienes que ser millonario, sino tener pasión y trabajar duro. Es un contraste evidente con las grandes inversiones que se han producido en el sector en los últimos años, la gran mayoría procedentes de la construcción.

## ¿Qué tiene el proyecto de especial para haber conseguido tanta notoriedad en un tiempo récord?

**Grimalt:** La verdad es que yo me he quedado muy sorprendido. Sentía bastante miedo escénico de volver con un nuevo vino. Quizás la clave esté en los distribuidores y, sobre todo, en el boca-a-boca que ha funcionado de maravilla.

## Sergi, ¿cómo te aficionas al vino?

**Caballero:** Me empezó a interesar hace unos 10 años. Comencé a leer revistas, hice algún curso de cata y me fui metiendo en ello; también hice un curso de enología en el Penedès: iba todos los miércoles durante cuatro meses. Luego intenté hacer prácticas



¿Qué tienen Grimalt y Caballero en común? Un punto de encuentro, la localidad mallorquina de Felanitx, y pasión por el vino.



en bodegas. Llamé a An Negra porque me gustaba el vino, había un equipo de gente joven detrás trabajando con la *callet* y además paso mis vacaciones en Mallorca, en Felanitx. Allí conocía a Francesc.

#### **Hoy tenéis ya bodega propia...**

**Grimalt:** Sí, pero para eso ya hemos necesitado la ayuda del banco. Es una bodega pequeña que está situada en una finca de mi familia. En realidad, era la casa donde dormían las ovejas, que la hemos arreglado.

#### **Sergi, como alguien que viene del mundo de la música, ¿cómo ves el tema de la imagen en el vino?**

**Caballero:** Aunque hay etiquetas con buen diseño, el concepto de imagen me resulta en general bastante aburrido. Me imagino un señor serio fumando un puro. También creo que hay muchos prejuicios a romper con lo establecido, con cualquier mínima cosa. Por otro lado, tengo muchos amigos que beben vino, son bastante divertidos y no encajan en este perfil. El vino no es un monopolio de señores aburridos, sino un sistema de comunicación que hay que utilizar.

#### **También eres el “culpable” de un póster en el que Francesc y tú aparecéis semienterrados en el suelo, como si fuerais cepas.**

**Caballero:** La idea viene, por un lado, de todo lo que se habla del *terroir* y de su importancia. Pero además Francesc y yo hemos hecho muchos agujeros para ver la composición y la calidad de los suelos. Así que le dije; ahora podemos hacer uno más grande y nos metemos nosotros. Con la imagen hemos hecho un póster y la idea es ir renovándolo cada año.

#### **¿Cómo fue lo de “tener raíces” por un día?**

**Grimalt:** Fue una “gamberrada”. La verdad es que la historia tuvo gracia, pero nos pasamos casi una mañana entera así para hacer la sesión de fotos.

#### **Pero más allá de la broma, el terruño sí es clave para vosotros.**

**Grimalt:** Hemos buscado distintos viñedos más en función de su suelo que de la variedad. Para mí, las variedades sólo tienen que expresar el suelo. Lo importante es mante-

ner el ‘puzzle’ de viñas que hemos montado. Esta palabra es de Jean-Claude Berrouet (el que fuera durante muchos años enólogo de Petrus) que ponía el acento en la habilidad para mezclar, ya fuera por sabiduría o por azar. En general, buscamos más mineralidad para el 4kilos y carácter más frutoso para el 12volts.

#### **¿Fue difícil realizar la selección de viñedos?**

**Grimalt:** Me he pasado horas dando vueltas con el Twingo por los viñedos de la isla y discutiendo con los viticultores. Por eso fue muy emocionante que cuando se enteraron de que iniciaba un proyecto nuevo, muchos vinieron a ofrecerme la uva, incluso diciendo: “Ya me la pagarás cuando cobres el vino”. Lo importante en cualquier caso es elegir suelos adaptados a la variedad y de viticultores que trabajen bien. Por ejemplo, la *callet* necesita suelos que estresen; es una variedad muy sufrida y fuera de estas condiciones daría altas producciones. Ahora además tenemos cuatro hectáreas de viñedo propio.

#### **¿Cómo nacen las sorprendentes etiquetas de 4kilos y 12volts diseñadas por Marcel Dzama y Gary Baseman?**

**Caballero:** Buscábamos la botella clásica de Burdeos, pero que no fuera muy pesada, como un Lynch-Bages; la etiqueta grande, como en Mouton-Rothschild y también la ilustración, pero apostando no por artistas consagrados, sino por otros más punta de lanza y más cercanos a la gente joven.

#### **Pero creo que no has podido llegar tan lejos como querías...**

**Caballero:** Sí, yo quería cambiar las etiquetas de los dos vinos con cada nueva añada, pero en el caso del 12volts, que es la más asequible en precio, no me han dejado ni mi socio ni los distribuidores. Pero el 4kilos sí que renovará su imagen con cada nueva añada. Yo comparo el vino con la música; cada añada es como un nuevo álbum y si se hace con la misma portada no expresa realmente lo que hay dentro. En el Sónar busco imágenes que no tengan nada que ver con la música y en el vino quería hacer algo parecido.

#### **Vuestra web también es atípica para una bodega.**

**Caballero:** Por un lado, hay imágenes de las

viñas y, por supuesto, está la explicación del proyecto. Pero también hay muchas otras cosas, como un vídeo con nuestras botellas a la búsqueda de importador en Japón, otro de alguien que chilla hasta que consigue romper una copa... Queremos que la web se parezca un poco a cómo somos nosotros, gente a la que nos gusta pasarlo bien.

**También tenéis a un payés que habla sobre los suelos rojos de “call vermell”, que es un tipo de terruño que habéis buscado especialmente en algunos de los viñedos que habéis seleccionado.**

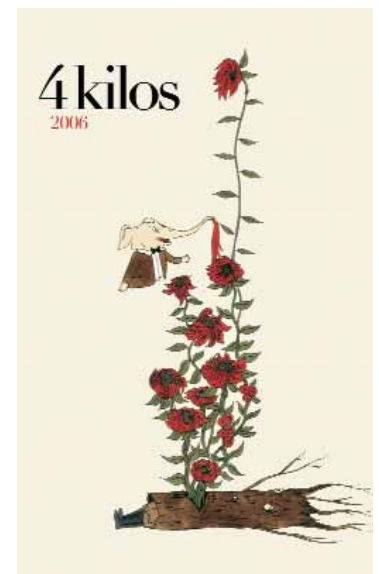
**Grimalt:** Los suelos de “call vermell” son brutales. El color rojo se debe sobre todo al óxido férrico. Además tienen bastante grava y una componente de arcilla que hace posible que pasen rápidamente de estar mojados a estar secos. La arcilla es egoísta y retiene el agua, mientras que la grava queda compactada como si fuera cemento. Esta composición permite mantener el agua en niveles inferiores y alcanzar una buena maduración de los racimos.

**¿Cómo veis la evolución de los vinos mallorquines? Desde el punto de vista del experto, su personalidad muy diferenciada les hace muy atractivos.**

**Grimalt:** Tenemos la ventaja o desventaja, según cómo se mire, de que la gente asimila Mallorca a turismo, pero también se ha hecho vino toda la vida y hay una fuerte tradición de viña. Ahora sucede lo mismo que en muchas otras regiones: se está pasando de una viticultura granelista a una viticultura de vinos de guarda, pero todavía nos encontramos en una fase de adolescencia. Para llegar más lejos hay que trabajar duramente y racionalizar los procesos. En An Negra, por ejemplo, usábamos *callet* porque no había nada más.

**¿Dónde estará 4 kilos dentro de 10 años?**

**Caballero:** Estaría encantado de seguir haciendo esto: un vino de producción pequeña que cuando sale al mercado se agota. Me gustaría que 4 kilos siga siendo algo tranquilo. No queremos crecer sino quedarnos como estamos.



“ el Club de Vinos...  
para el experto y  
el curioso ”

Solicite información o su adhesión,  
sin cuotas ni compromiso de compra en

902 500 056

[www.canalcocina.com](http://www.canalcocina.com)

[canalcocina@todovino.com](mailto:canalcocina@todovino.com)



## Crianzas: Rioja vs. Ribera

Un "crianza" es una de las opciones más habituales de compra para muchos consumidores y la disyuntiva normalmente está entre Rioja y Ribera del Duero. ¿Sabéis exactamente lo que se van a encontrar en la copa y, sobre todo cuánto cuesta?



En la cata a ciegas de algo más de 30 etiquetas de ambas zonas se impuso una cierta tipicidad reconocible

¿Se han preguntado alguna vez por qué es más caro un crianza de Ribera que uno de Rioja? Aunque obviamente hay excepciones, sí es cierto que en general hay que rasarse más el bolsillo cuando uno quiere poner una botella de Ribera encima de la mesa. ¿Hay una razón real para ello?

Intentaremos responder a esta pregunta y también darle unas buenas pistas de los estilos más característicos que encontrarán dentro de cada región. Para ello hemos catado a ciegas algo más de 30 etiquetas de ambas zonas.

### ¿Por qué la Ribera es más cara?

El factor histórico es clave para intentar explicar esta circunstancia. Frente a una región grande (en viñedo, número de bodegas y cifras de producción) como es Rioja, la denominación del Duero surge en 1982 prácticamente de la nada, con una marca mítica y legendaria como Vega Sicilia (entonces y hasta bien entrados los noventa era el vino más caro de España) y un puñado de pequeñas bodegas con producciones reducidas que se abastecen de un viñedo sensiblemente menor que el riojano. La climatología es más adversa y hay mayor irregularidad en la producción obtenida con cada nueva cosecha. No obstante, ofrece la primera alternativa de tintos de calidad frente a Rioja. Y no sólo eso: se convierte en icono de modernidad, lo que dispara la demanda de un producto entonces bastante escaso. Así que el modelo inicial de lo que es un ribera queda definido por marcas que alcanzan, casi de inmediato, un

sólido posicionamiento en una banda de precios alta gracias a su calidad y modernidad, pero también a sus comedidas producciones.

Nos podríamos plantear si este ventajoso punto de partida, unido a la necesidad de crear una infraestructura de bodegas, instalaciones y tecnología que no existían y que naturalmente repercute en el precio del vino, sigue justificando precios más altos todavía hoy. Porque el panorama desde luego es distinto: unas 250 bodegas elaboradoras entre las que se incluyen firmas que trabajan volúmenes mayores y que han ampliado la horquilla de precios por abajo.

Para Víctor Cerro, de Hijos de Antonio Barceló, que posee Viña Mayor en Ribera del Duero y Bodegas Palacio en Rioja, existen dos motivos básicos que explican la diferencia de precio entre ambas zonas: "Uno objetivo, que es el hecho de que la producción y el tamaño medio de las bodegas sea menor en Ribera, lo que implica mayores costes añadidos; y otro de carácter subjetivo en el sentido de que hasta la fecha la mayoría de consumidores está dispuesto a pagar más por un crianza de Ribera que por uno de Rioja".

Rodolfo Bastida, responsable y enólogo de Ramón Bilbao en Rioja y Cruz de Alba en Ribera del Duero, incide también en el tema de las amortizaciones y la escala más pequeña con la que se trabaja en Ribera: "En la práctica, se necesita casi la misma inversión para elaborar 300.000 botellas

que para un millón”. Aunque desde su punto de vista, el gran factor diferencial está en el viñedo, no tanto por el precio de la uva, que se sitúa más o menos a la par, como por el mayor coste de producir en viñedos propios: “Los rendimientos en Ribera son más bajos y las incidencias climáticas mucho mayores. El año pasado, por el pedrisco y las heladas, recogimos la mitad de uvas que en 2007. Producir en viñedos propios de Ribera nos cuesta casi el doble que en Rioja”.

Y este coste se incrementa en la medida en la que lo hacen las aspiraciones de calidad del elaborador. “Trabajar con viñedos muy viejos nos supone unos costes de partida de la uva considerables”, explica por ejemplo Daniel Aguirre, de Bodegas Imperiales.

Juan Luis Cañas, de Bodegas Luis Cañas en Rioja Alavesa, ratifica este hecho dentro de su incipiente proyecto en Ribera cuyo primer vino verá la luz a finales de 2010. “La producción y los rendimientos son mucho menores cuando se buscan uvas de calidad y se trabaja con viñedos viejos –explica–. Nosotros en 38 hectáreas sólo hemos recogido 100.000 kilos y hemos llegado a pagar hasta más de dos euros y medio el kilo de esta calidad de uva, un cifra muy superior al precio medio de la zona”.

Y las bodegas se preocupan también de colmar esas “expectativas” subjetivas del consumidor: “En Ribera –dice Rodolfo Bastida– utilizamos auxiliares más caros; gastamos más en corchos y botellas y nos preocupamos más de vestir un vino por el que sabemos que el consumidor está dispuesto a pagar más”.

### Buscando la tipicidad

Pero, ¿hay una identidad clara Rioja-Ribera que se corresponda con esta filosofía de precios? La cata a ciegas de algo más de 30 crianzas de ambas zonas demostró que la procedencia era bastante clara, lo que quiere decir que se impone una cierta tipicidad reconocible. Los casos más dudosos se correspondían, como cabía esperar, con los crianzas riojanos más modernos o algunos riberas de estilo más *light*, perfectamente correctos pero que a menudo se situaban en unos niveles algo inferiores de precio.

Dentro de un alto nivel cualitativo de las muestras (se buscaron marcas representativas de ambas zonas con presencia en *La Guía TodoVino* y excluyendo los riberas de más de 20 euros), hubo más riojas en bandas más asequibles de precio y, por tanto, más riojas buenos y baratos que riberas.

Sin embargo, también vimos claro que para un consumidor cuya motivación principal de compra fuera encontrar patrones bien definidos y caracterizados de zona, ya sea de Rioja o de Ribera, rara vez encontrará satisfacción en un crianza de la otra región. ¿Cuáles son esas pautas de reconocimiento?

**La Ribera más reconocible.** Hay realmente una “nariz Ribera” que se siente al primer golpe de copa y es como de mezcla de hollejo tostado (aromas secundarios que evocan la fermentación) y notas lácticas. En general, son vinos que tienen más de todo: más fruta, más potencia y que también aguantan más madera antes de que ésta empiece a resultar excesiva (aunque en algunos tintos se cruzaba el límite). La mayoría se beneficia de una aireación en la copa que permite ir descifrando aromas. La fruta es más opulenta y madura (frutos negros, ciruela) y las bocas tienden a ser más voluminosas y golosas. La acidez casi nunca llama la atención ni se percibe de modo evidente; si acaso ofrece el contrapeso necesario y en ocasiones resulta algo justa. En general, domina una sensación más juvenil y vigorosa.

**La Rioja más reconocible.** El clasicismo riojano es inconfundible. Incluso en la categoría de crianzas, es habitual encontrar notas terciarias evidentes (cuero, almizcle, especias dulces). En general, la estructura en boca es menor que en los riberas y en aquellos riojas más corpulentos, la sensación táctil es de algo menos de amplitud y volumen. En el caso de crianzas que apuestan más por la fruta (es el caso en muchos de Rioja Alavesa), la sensación suele ser de frutos rojos (fresa, frambuesa). Aunque quizás la nota más distintiva de la zona, presente tanto en elaboraciones más clásicas y modernas, fue esa acidez que se experimentaba de forma evidente y que ayudaba a trazar el recorrido del vino en boca. En general, estamos ante tintos menos corpulentos y más fluidos.





Hay un factor más “refrescante” en Rioja y también a menudo de “trago más fácil” sin perder por ello complejidad (ahí están los aromas terciarios y el hecho de que en general son vinos que retrasan algo más su salida al mercado; sólo hace falta ver el considerablemente mayor número de crianzas de la cosecha 2006 que nos han remitido las bodegas de Ribera del Duero). En los tintos del Duero destaca la opulencia que arropa y reconforta el espíritu en contraposición con el paisaje de su clima.

Encontrarán también algunos tintos (no tantos como esperábamos inicialmente, la verdad) a “medio camino” entre el espíritu de ambas zonas. Pueden servirles de como-

dín, aunque los vemos como opciones más de estilo que de origen, cuando lo que se busca es un tinto de cierta estructura, concentración y precio. En este terreno intermedio en el que no teníamos claro si estábamos ante un ribera o un rioja moderno, la elegancia y el conseguido conjunto que descubrimos en vinos como el Cosme Palacio 2006 o el Viña Sastre 2006 bastaban para seducir a cualquier paladar sensible y hacerle olvidar que ante todo buscaba un origen. Pero, por desgracia, esta circunstancia sólo la encontramos en las etiquetas de precio más elevado.

El equipo de cata en esta ocasión estuvo formado por: José Luis Casado, Amaya Cervera y Custodio L. Zamorra.

Hay un factor más “refrescante” en Rioja y también a menudo de “trago más fácil”, mientras que en la Ribera domina una sensación más juvenil y vigorosa

#### RIBERAS

- Abadía San Quirce Crianza 2005**  
13-15 €
- Arzuaga Crianza 2005.** 14-17 €
- Áster Crianza 2002.** 12-14 €
- Callejo Crianza 2006.** 12-15 €
- Carmelo Rodero Crianza 2006**  
16-17 €
- Celeste Crianza 2006.** 13-15 €
- Cruz de Alba Crianza 2006.** 13-14 €
- López Cristóbal Crianza 2005.**  
12-14 €
- Matarromera Crianza 2006.** 16-18 €
- Montebaco Crianza 2006**  
13-14 €
- Pago de los Capellanes 2006.**  
15-18 €
- Pesquera 2006.** 15-18 €
- Protos Crianza 2005**  
14-15 €
- Señorío de Nava Crianza 2006.**  
12-13 €
- Valtravieso Crianza 2006.** 12-14 €
- Viña Mayor Crianza 2005.** 9-11 €
- Viña Pedrosa 2006.** 15-17 €
- Viña Sastre Crianza 2006**  
14-15 €

#### RIOJAS

- Altún Crianza 2006.** 8-9 €
- Baigorri Crianza 2005.** 11-12 €
- Campillo Crianza 2005.** 12-13 €
- Cerro Añón Crianza 2005**  
6-8 €
- Conde de Valdemar Crianza 2005.**  
7-9 €
- Cosme Palacio Crianza 2006.** 15-17 €
- Izadi Crianza 2005.** 7-9 €
- Luis Alegre Crianza 2005.** 9-11 €
- Luis Cañas Crianza 2005**  
8-9 €
- Muga Crianza 2005**  
13-15 €
- Ramón Bilbao Edición Limitada Crianza 2006.**  
10-11 €
- Señorío de Villarrica Crianza 2005.** 8-10 €
- Solabal 2005.** 8-10 €
- Tobía Selección 2005.** 11-13 €
- Vallobera 2005.**  
7-8 €
- Valserrano Crianza 2005 y 2006.**  
8-10 €
- Viña Salceda Crianza 2004.** 7-9 €

Vino disponible en [www.todovino.com](http://www.todovino.com)

Los vinos para comprar, beber y guardar

## Reconfortantes tintos de menos de 9 €

Seguimos preocupados por su bolsillo y haciendo hincapié en aquellas etiquetas que ofrecen más por menos. Para quien se tenga que apretar aún más el cinturón, la siguiente selección de tintos que no superan los nueve euros (las 1.500 pesetas de antaño) y en la que se incluyen algunas auténticas gangas le ayudará a no renunciar a beber vinos de calidad durante las próximas semanas. Los vinos se han ordenado por orden alfabético.

### Allozo Crianza 2004

Tinto, D.O. La Mancha

Bodegas Centro Españolas

Un tinto de amplia producción que alcanza el medio millón de botellas y ofrece una fresca expresión frutal de la *tempranillo* manchega. Confirma la idoneidad del viñedo más grande España y Europa para buscar gangas más que asequibles precio. Bien elaborado, sin complica-

ciones y fácil de beber. Se agradece su viva acidez. Cereza guinda. De intensidad media. Punto licoroso. Aromas de fruta roja (cereza) y especias (canela). Cuerpo medio, sabroso, equilibrado, frutal, madera bien integrada, fresco y con final de boca ligeramente balsámico.

4,00 €  

100% Tempranillo  
12 meses en roble americano  
13,5% vol.

### Armantes Selección Especial 2007

Tinto, D.O. Calatayud

Bodega San Gregorio

Otra zona en la que rebuscar en tiempos de crisis y una bodega que parece haberse especializado en el tema. Por este módico precio estamos ante el que la firma considera uno de sus vinos más altos de gama. En la copa encontrarán un vino primario y varietal, auténtico y honesto con el carácter de la zona. Agradables notas florales

y vegetales bien combinadas con un buen peso de fruta. Una excelente compra de la que sólo se han elaborado 35.000 botellas. Picota violáceo. Primario en nariz, aromas de fruta silvestre, florales y toque vegetal. Sabroso, frutoso, con frescura, noble tanicidad, recuerdo floral y final ligeramente vegetal no molesto.

5,00 €  

60% Garnacha, 22% Tempranillo,  
6% Cabernet Sauvignon,  
6% Merlot, 6% Syrah,  
5 meses en roble americano (60%)  
y francés (40%)  
14,5% vol.

### Códice 2006

Tinto, V.T. Castilla-La Mancha

Dominio de Eguren

Los Eguren de los grandes tintos de Rioja (San Vicente, Amancio, La Nieta, ...) también elaboran modestos vinos de la tierra de precios casi irrisorios comparados con las etiquetas anteriores. En esta añada bordan su Códice "de andar por casa". Una etiqueta para perseguir en tiempos de crisis. Además de la

impecable elaboración que se presupone teniendo en cuenta quién está detrás, encontrarán un estilo más cercano a un delicioso vino joven. Picota granate. Fruta roja (mora, fresa, ciruela), vegetal fresco, florales (violeta). Sabroso, muy frutal, equilibrado, ligero, suave, amable y fresco.

3,25 €  

100% Tempranillo  
6 meses en roble francés  
y americano  
13% vol.

### Conde de Valdemar Crianza 2005

Tinto, D.O.Ca. Rioja

Bodegas Valdemar

De una bodega muy orientada al mercado y tremendamente respetuosa con la el bolsillo del consumidor. Este crianza además es un buen prototipo dentro de su categoría: honesto, clásico y con reconocible tipicidad. Con al garantía añadida de proceder de viñedos propios de la familia, destaca por su excelente equilibrio y cui-

dada elaboración. Agradables sensaciones y fácil paso de boca. El mérito es la regularidad y el alcanzar los dos millones de botellas de esta calidad. Cereza granate. Limpio en nariz, aromas de fruta madura, especias dulces y notas balsámicas. Equilibrado, vivo, cuerpo medio, aromático, goloso y amable.

7,50 €  

90% Tempranillo, 10% Mazuelo  
14 meses en roble francés  
y americano  
13,5% vol.

Los vinos para comprar, beber y guardar

## Finca Antigua Syrah 2006

6,45 €



100% Syrah  
7 meses en roble francés  
14% vol.

Tinto, D.O. La Mancha

Finca Antigua

Una de las inversiones riojanas en tierras manchegas con mayor éxito y reconocimiento de mercado. Éste es nuestro favorito entre los monovarietales de la bodega porque demuestra no sólo la excelente adaptación de la *syrah* en el viñedo español, sino su capacidad para elaborar tintos de excelente relación calidad-precio. Con cierta complejidad,

armonía y profundidad de aromas. Es de agradecer su gran frescura y viveza. Amaratado borde violáceo. Aromas de media intensidad, fruta madura en sazón (ciruela), lácteos, *toffee*, mentolados, *after eight*. Equilibrado, fluido, envolvente, fresco, madera bien integrada, con peso en boca y final aromático bien resuelto.

## Finca Cerrada Crianza 2004

3,20 €



50% Cencibel, 30% Cabernet Sauvignon, 20% Syrah  
6 meses en roble americano y francés  
13,5% vol.

Tinto, D.O. La Mancha

Vinícola de Tomelloso

Sencillez, franqueza, corrección y un excelente precio. Son valores que siempre han estado entre los mejores productores de la región y el tipo de vinos que han servido para valorar el potencial de la zona y atraer nuevos inversores. De entre la amplia gama de vinos de la bodega,

este crianza al uso es su mejor baza. Bien elaborado, redondo y para descorchar ya. Cereza granate. Aromas de fruta madura en sazón, balsámicos y tostados de la bodega. Pulido, amable, goloso y frutal. Maduro y con recuerdo de gratas maderas y balsámicos.

## Fuentespina Crianza 2005

7,45 €



100% Tempranillo  
12 meses en roble americano, francés y del Cáucaso  
14% vol.

Tinto, D.O. Ribera del Duero

Bodegas Fuentespina

Firma de Ribera del Duero que ha apostado desde sus orígenes por la relación calidad-precio y con la suerte de que sus vinos están ampliamente disponibles. De este crianza, que es uno de los que ofrecen más por menos en la denominación, se han elaborado 300.000 botellas. Aporta la suficiente complejidad y persistencia como para estar a la altura incluso en una ocasión algo especial.

Muy buena armonía fruta-madera, acompañada de redondez y un cierto clasicismo que le sitúan en un excelente momento de consumo. Picota granate bien cubierto. Limpio en nariz, aromas de fruta negra en sazón, especias dulces, bollería horneada, ligeros ahumados. Sabroso, goloso, equilibrado, láctico paso de boca, taninos finos y dulces. Final arropado por gratas maderas.

## Hacienda Casa del Valle Cabernet Sauvignon 2006

8,45 €



100% Cabernet Sauvignon  
6 meses en roble francés y americano  
14% vol.

Tinto, Castilla-La Mancha

Bodegas y Viñedos Casa del Valle

Acertados primeros pinitos de la aventura manchega del grupo riojano Olarra en este cabernet de libro. Excelente elaboración que muestra la cara más frutal de la variedad y un agradable carácter primario redondeado por su paso por bodega. Fresco y con un final sugerente, destaca por su excelente relación calidad-precio y constituye una perfecta

introducción en el descubrimiento de la uva tinta francesa más exportada a todo el mundo desde su Burdeos natal. Sólo se han elaborado 20.000 botellas. Picota amaratado. Aromas de fruta roja en sazón, vegetal fresco, balsámicos y lácticos. Sabroso, fresco, balsámico, tanino maduro y con un final de boca láctico de su bodega junto a notas de fruta roja.

Los vinos para comprar, beber y guardar

## Hacienda Casa del Valle Shiraz 2006

Tinto, Castilla-La Mancha

Bodegas y Viñedos Casa del Valle

El compañero de viaje del cabernet dentro de la gama de monovarietales de la bodega. La producción es también limitada (idénticas 20.000 botellas) y nos encontramos ahora ante un tinto algo más goloso y opulento. La bodega ha preferido utilizar la grafía australiana frente a la francesa (*shiraz* frente a *syrah*), pero en la copa encontrarán la característica nota floral

de esta uva. Un syrah potente, expresivo y con la barrica perfectamente integrada. Picota amoratado de buena capa. Intenso y limpio, aromas de fruta roja y negra en sazón, nota floral, montebajo. Buena constitución, sabroso, muy frutal, paso fresco y aromático. Final con notas florales (violeta) y de la barrica muy bien integradas. Tanino amable y agradable.

8,95 €



6 meses en roble francés y americano  
100% Syrah  
14% vol.

## Hécula 2005

Tinto, D.O. Yecla

Bodegas Castaño

Un clásico de la relación calidad-precio a nivel mundial, con una fama cimentada a golpe de altas puntuaciones del *The Wine Advocate* norteamericano. Con el encanto de la *monastrell* que destila auténtico carácter mediterráneo en esta cosecha. Profundidad añadida gracias a la elaboración a partir de viñedos viejos de baja

producción para este festival de aromas balsámicos y de bosque umbrío. 325.000 botellas de producción. Picota granate. Aromas de fruta madura, frutos secos, tostados, monte bajo. Sabroso, maduro, frutal, fresco, equilibrado, recuerdo floral y balsámico. Muy aromático y con buena persistencia.

6,70 €



100% Monastrell  
6 meses en roble americano y francés  
14,5% vol.

## Hollera Monje Maceración Carbónica 2008

Tinto, D.O. Tacoronte - Acentejo

Monje

Por fortuna, una de las etiquetas canarias con mayor presencia en la Península. Realmente merece la pena buscar cada nueva añada que llega al mercado para disfrutar de su viva y limpia expresión frutal y la mineralidad que aportan en la copa los suelos canarios, incluso en las elaboraciones que buscan menos la extracción como es el

caso de la maceración carbónica. Si aún no ha probado ningún 2008, éste podría ser un excelente comienzo para abordar la nueva añada. 25.000 botellas disponibles. Guinda granate. Limpio e intenso, fruta roja (fresa), floral (violeta). Muy aromático en boca, fresco, frutal, equilibrado, con personalidad de la zona y marcada persistencia.

8,45 €



100% Listán Negro  
13% vol.

## Luis Cañas Crianza 2005

Tinto, D.O. Ca. Rioja

Bodegas Luis Cañas

Crianza de referencia en Rioja por su excelente relación calidad-precio y con la firma de una de las bodegas que mejor está trabajando últimamente y cuyas etiquetas de gama alta se encuentran entre las más alabadas en la denominación. Éste es uno de sus vinos más comerciales, fiable y con un volu-

men de producción nada despreciable: unas 570.000 botellas. Cereza granate bien cubierto. Aromas de fruta roja y negra en confitura, anisados, leves maderas ahumadas. Sabroso, aromático, cuerpo medio, buena acidez, seco y final con aromas de madurez y fruta roja.

7,95 €



95% Tempranillo, 5% Graciano  
12 meses en roble francés y americano  
14% vol.

8,50 €  

95% Tempranillo,  
5% Mazuelo  
6 meses en roble francés  
y americano  
13,5% vol.

## Miranda 2005

Tinto, D.O.Ca. Rioja

Viñedos del Ternerero

De la única bodega de Rioja situada en la provincia de Burgos, más en concreto en el municipio de Miranda de Ebro y en una zona límite de cultivo. Buena expresión de fruta y concepto de tinto refrescante en el que se nota la altitud y la climatología de mayor influencia atlántica. Un tinto agradable de beber y que se elabora a partir de

uvas del viñedo que rodea la bodega. Producción limitada de 20.000 botellas. Cereza granate. Aromas de confitura de fruta roja, lácteos, retama, grano de café, bombón de licor. Muy sabroso, con buena acidez, aromático, refrescante, paso láctico agradable, tanino maduro y final de media persistencia con sensaciones balsámicas.

4,95 €   

100% Tempranillo  
6 meses en roble americano (65%)  
y francés (35%)  
13,5% vol.

## Pago Malarina 2006

Tinto, D.O.Ca. Rioja

Bodegas Vallobera

Un semi-crianza en toda regla suavizado por seis meses de permanencia en bodega que aporta cierta complejidad al conjunto. Como todo lo que sale de Bodegas Vallobera, la calidad de la fruta y la ventajosa relación calidad-precio están aseguradas. El estilo cae más del lado de la moderni-

dad: frutal, goloso, con cuerpo y un excelente juego de equilibrios que permite que cada cosa esté en su sitio. Picota bien cubierto. Aromas de frutos maduros (ciruela), tostados, almizcle. Sabroso, láctico, maduro, con recuerdos de fruta en licor, tanino goloso y final seco de la bodega.

7,20 €     

70% Monastrell, 10% Cabernet  
Sauvignon, 10% Merlot, 10% Syrah  
20 meses en roble americano  
13,5% vol.

## Pozuelo Reserva 2004

Tinto, D.O. Yecla

Bodegas Castaño

Otro caballo ganador de Bodegas Castaño, la firma más emblemática –y hasta hace poco prácticamente la única– de Yecla, la otra patria española de la *monastrell*, a menudo olvidada frente a la más conocida Jumilla. Muy recomendable en esta cosecha de calidad generalizada en España por su marcado estilo frutal, equilibrio, carácter aromático y fresca. Y

además con la palabra “reserva” en la etiqueta que tanto encandila aún a muchos consumidores. 40.000 botellas disponibles. Picota granate de buena capa. Aromas de fruta roja y negra en confitura (ciruela), retama, monte bajo. Equilibrado, aromático, sabroso, frutal, paso láctico y balsámico. Fluido y sedoso, noble tanino y final amable.

8,95 €    

90% Tempranillo, 10% Merlot  
12 meses en roble francés  
y americano  
14% vol.

## Semele 2006

Tinto, D.O. Ribera del Duero

Montebaco

Una de las mejores añadas en la historia de la etiqueta más asequible de Montebaco. Esta firma de Ribera que cuenta con la dirección enológica de César Ruiz se ha caracterizado desde sus inicios por cuidar el bolsillo del consumidor y ofrecer una de las mejores relaciones calidad-precio de su denominación. Se han elaborado

120.000 botellas de este agradable tinto genérico (sin indicación de crianza), fresco, fluido y goloso. Cereza granate bien cubierto. Aromas de fruta en sazón, retama, regaliz rojo, chocolate, hierbas aromáticas. Sabroso, fresco, equilibrado, fluido, con noble tanicidad, ligera sequedad y agradable licoridad (uva pasa).

## Solabal Crianza 2005

Tinto, D.O.Ca. Rioja

Bodega y Viñedos Solabal, S.A.T.

7,95 €   

Un clásico de la relación calidad-precio en Rioja que se está convirtiendo, añada tras añada, en un fijo en nuestras páginas. Impecable elaboración, en la que fruta y madera alcanzan una excelente sintonía, apoyadas por la grata complejidad de su crianza.

250.000 botellas en el mercado para beber a discreción. Cereza violáceo. Aromas de fruta roja, especias (vainilla), pastelería y caramelo. Fluido, ligero, equilibrado, muy fresco, paso cremoso, tanino maduro y final de boca con sensaciones de grata crianza.

100% Tempranillo  
18 meses en roble americano y francés  
14,5% vol.

## ¿Aún no ha descubierto Jumilla?

Hace tiempo que dejó de ser una desconocida para convertirse en una de las realidades con mayor personalidad del vino español. Aquellos consumidores que aún tengan ciertas reticencias, deberían de saber que es uno de los lugares más adecuados para mirar en tiempos en los que hay que cuidar el bolsillo, pero que también esta alumbrando tintos capaces de codearse con los mejores del país y de talla mundial. Esta es una selección de favoritos realizada por orden alfabético con un recordatorio para las etiquetas de esta zona que han sido ampliamente descritas en estas páginas en los dos últimos meses. Y no lo olviden: Jumilla siempre es un maravilloso descubrimiento.

## Alceño Syrah 2006

Tinto, D.O. Jumilla

Pedro Luis Martínez

9,00 € 

Los monovarietales de *syrah* se están convirtiendo en una categoría cada vez a tener más en cuenta en esta denominación que fue de las primeras en importar la uva del Ródano. Éste de Alceño es de los que más nos ha gustado en las catas de *La Guía TodoVino 2009* y resulta muy recomendable además por su adecuado precio. Marcadamente mediterráneo, fragante y no

exento de cuerpo, destaca por sus aromas florales y frutales. El único factor en contra es la escasez: sólo hay 12.000 botellas. Picota amaratado. Aromas de fruta madura en confitura, toque de pastelería, balsámicos, bombón y *after eight*. Goloso, equilibrado, de cuerpo medio, sensación madura, adecuada acidez, paso láctico y final licoroso.

85% Syrah, 15% Monastrell,  
5 meses en roble francés (75%)  
y americano (25%)  
12,5% vol.

## Altos de Luzón 2005

Tinto, D.O. Jumilla

Bodegas Luzón

12,95 €    

Es una de las etiquetas de referencia en la denominación y de las que marcó una nueva y sólida línea de calidad seguida luego por muchas otras firmas. Cosecha tras cosecha sigue siendo una de nuestras etiquetas mejor valoradas en la zona. Tiene el mérito además de haberse mantenido en una banda de precio correcta que le convierte en una de las

mejores compras de Jumilla. De esta cosecha se han elaborado 93.000 botellas. Picota granate bien cubierto. Aromas de fruta en confitura (ciruela), torrefactos, café, regaliz, mentolados, hojarasca. Sabroso, fluido, goloso, frutal, intenso, aromático, maderas bien integradas, tanino maduro y final fresco y balsámico.

50% Monastrell, 25% Cabernet  
Sauvignon, 25% Tempranillo  
12 meses en roble francés  
y americano nuevo  
14,5% vol.



18,00 €  

85% Monastrell, 15% Petit Verdot  
14 meses en roble americano  
y francés  
14% vol.

## Altos del Cuadrado VVV 2005

Tinto, D.O. Jumilla

Altos del Cuadrado

Con la experiencia del trabajo con la *monastrell* en Yecla y Alicante, para la familia Castaño todo ha ido como la seda en su aventura jumillana. La bodega se creó en 2003, contaba ya con un vino en el mercado y con la cosecha 2005 estrena este Altos del Cuadrado "triple V" que se sitúa en una

gama superior y cuyo nombre viene de la selección de uva procedente de viñedos viejos en vaso. Producción muy limitada de 6.000 botellas. Picota intenso. Aromas de fruta negra (ciruela), torrefactos, mina de lápiz, cacao, chocolate blanco, regaliz, balsámicos.

7,75 € 

50% Monastrell, 30% Tempranillo,  
15% Cabernet Sauvignon,  
5% Petit Verdot  
9 meses en roble francés  
y americano  
13,5% vol.

## Casa de la Ermita Crianza 2005

Tinto, D.O. Jumilla

Bodegas y Viñedos Casa de la Ermita

Una etiqueta que ha servido para introducir a muchos consumidores en la zona. La cuidada presentación y la botella de empaque pese a lo comedido del precio actúa en este caso de motivación extra que ayuda a dar el paso hacia una zona desconocida. De otra de las firmas clave en el desarrollo cualitativo de la denominación, este crianza destaca por su regularidad y, en

esta añada, por su carácter balsámico, fresco y frutal. Amplia disponibilidad gracias al medio millón de botellas de producción. Cereza borde anaranjado. Maderas balsámicas, toque floral, fruta en compota, especiados, ligeros recuerdos de frutos secos. Sabroso, ligero, maduro, grata calidez, equilibrado, paso agradable y final ligeramente amargo.

18,95 €   

100% Petit Verdot  
12 meses en roble americano  
(80%) y francés (20%)  
14% vol.

## Casa de la Ermita Petit Verdot 2005

Tinto, D.O. Jumilla

Bodegas y Viñedos Casa de la Ermita

Si la etiqueta anterior era un "básico" de la zona, ésta va más dirigida al aficionado de mente y paladar inquieto. La *petit verdot* es una rareza en España y el mundo, pero Casa de la Ermita se sitúa entre las escasas bodegas que han apostado por llevarla en solitario a la etiqueta. Esta es una añada dulce y envolven-

te, con grata frescura y noble crianza. Se han elaborado 40.000 botellas. Picota amoratado. Fruta en sazón, poso de café, tostados y chimenea. Monte bajo. Sabroso, fresco, con cierta golosidad, paso de boca balsámico y final con aromas de fruta roja ácida (frambuesa) y notas de la crianza.



33,95 €   

70% Monastrell,  
30% Cabernet Sauvignon  
22 meses en barrica  
15,5% vol.

## Clio 2006

Tinto, D.O. Jumilla

Bodegas El Nido

La *monastrell*, de tiros largos, vista desde la óptica del australiano Chris Ringland que se siente a sus anchas elaborando en viñedos de carácter mediterráneo. Hay algo de acompañamiento de *cabernet sauvignon* en este tinto que propugnó una nueva dimensión para la zona, tanto por la apabullante presentación de la botella como por

su contenido extremadamente opulento que juega en la barra de equilibrios de la maduración. Sólo 18.000 botellas. Negro apicotado. Fino y complejo, maduro, notas de retama, monte bajo, fruta en confitura y sazón, regaliz. Amplio, envolvente, goloso, equilibrado, carnoso, maduro, balsámico y con un excelente tanino.



112,95 €   

70% Cabernet Sauvignon,  
30% Monastrell  
22 meses en barrica  
15,5% vol.

## El Nido 2006

Tinto, D.O. Jumilla

Bodegas El Nido

De la misma bodega que el anterior, pero con un giro más de tuerca. La diferencia, además de su mayor potencia, radica en el hecho de que le da la vuelta al ensamblaje para apoyarse en una mayoría de *cabernet* (de la más vieja de la zona) y una parte bastante menor de *monastrell*. Máxima opulencia e intensidad que requiere algo más de botella que el

anterior. Precio récord para la zona (cualquiera lo hubiera considerado imposible hace unos años) y escasez en consecuencia: 5.000 botellas. Negro amoratado. Complejo en nariz, fino y elegante, mineral, toffee, retama. Potente, carnoso, fresco, maduro, amplio, con gran equilibrio, excelente textura y final largo y persistente.

Los vinos para comprar, beber y guardar

## Las Gravas 2005

Tinto, D.O. Jumilla

Propiedad Vitícola Casa Castillo

Dentro de los jumillas de gama alta, éste tinto consigue ofrecer una de las *monastrelles* más raciales y serias de la denominación, especialmente comprometido con un terruño que tiene su reflejo en el propio nombre del vino. Con mucho respeto a la fruta, ya que se ha criado en barricas de más del doble de la capacidad habitual buscando un aporte del roble especialmente

moderado. Añada de marcada madurez, con una gran riqueza aromática y sin perder el necesario contrapunto de frescura. Picota de buena capa. Complejo, aromas de fruta en licor, chocolate, bombón, café, toque mineral, frutos secos, retama. Goloso, sabroso, balsámico, fresco y envolvente. Ligera calidez y noble tanicidad. Final maduro con agradable licorosidad.

18,45 €    

85% Monastrell,  
15% Cabernet Sauvignon  
16 meses en roble francés  
nuevo de 500 l.  
14,5% vol.

## Valtosca 2007

Tinto, D.O. Jumilla

Propiedad Vitícola Casa Castillo

El syrah de Casa Castillo procede de un suelo marcadamente pedregoso que aporta buena concentración y profundidad a la variedad. Este tinto sale muy pletórico y juvenil al mercado, con un color de gran intensidad y oscuridad. Esta añada es quizás algo menos contundente en boca que las ante-

rioros, pero ofrece en contrapartida una gama aromática compleja y seductora. Negro amoratado. Aromas torrefactados, fruta negra (ciruela), regaliz, tinta, ahumados, monte bajo. Fresco, vivo, de cuerpo medio, sabroso, taninos de calidad, paso láctico y final torrefactado (*toffee*).

15,45 €  

100% Syrah  
12 meses en roble americano y  
francés  
14,5% vol.

### Otros vinos de Jumilla reseñados en los números de enero y febrero de 2009 y disponibles a la venta en [www.todovino.com](http://www.todovino.com)

- Casa de la Ermita Reserva 2004
- Divus 2006
- Juan Gil 2006
- Juan Gil 4 meses 2006
- Pico Madama 2005

Acceda a [www.todovino.com/muyconfidencial](http://www.todovino.com/muyconfidencial) para comprar una selección de los vinos reseñados en esta sección o llame al 902 010 791 (laborables de 9:00 a 19:00)



**Favorito.**

Vino de características singulares y que destaca entre los de su tipo. Especialmente recomendado por TodoVino



**Compra recomendada.**

Vino de relación calidad-precio especialmente destacada



**Descubrimiento.**

Vino nuevo o prácticamente desconocido que merece la pena probar



**Vino disponible en [www.todovino.com](http://www.todovino.com)**



**Novedad.**

Vino de nueva aparición en el mercado



**Trébol.**

Vino de buena relación calidad-precio



**Mágnum.**

Vino que también está disponible en formato de 1,5 l.



**Disponibilidad limitada.**

Vino de producción inferior a 50.000 botellas



411 bodegas...



825 vinos seleccionados...



1.339 páginas...



## ...la Guía TodoVino 2009



La Guía independiente y de valor añadido para el experto y el curioso

- 825 vinos seleccionados • 406 distinguidos con lacre • 21 con 3 lacres
- 411 bodegas • 40 Denominaciones de Origen y 8 Zonas sin Denominación
- 1.339 páginas • 150 páginas de índices cruzados • 50 páginas sobre el vino, cómo comprarlo, cómo y hasta cuándo guardarlo, cómo y con qué servirlo, ¿qué es un gran vino? • Calificación de los vinos por buena relación calidad-precio, por rango de precio, disponibilidad limitada, novedad y disponibilidad en formato mágnam.



**todovino.com**

902 010 791