



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

---

## 2 Weblogs

¿Brindamos con un sorbete de vino?

Se ralentizan las exportaciones de vino con D.O.

¿Qué tienen realmente las viñas viejas?

## 5 Bodega del mes

Bodegas Bretón

---

## 7 Actualidad

¿Qué hay de nuevo?

Un resumen de los hechos vinícolas más destacables de este verano para empezar el nuevo curso al día

## 10 Reportaje

Blogs, vino y conversación

La nueva forma de hablar sobre vinos en la red: con frescura y desparpajo, y siempre en línea directa con los lectores

## 13 Muy práctico

Pequeña guía para pedir el vino en el restaurante

Consejos prácticos para convertir el miedo al sumiller en una oportunidad para divertirse y aprender algo nuevo sobre vinos

## 16 Recomendaciones

Segundos "a la española" para combatir la crisis

Cuando toca apretarse el cinturón, una buena opción es recurrir a los vinos más asequibles de algunos de los mejores elaboradores del país

---

## 20 Muy confidencial

Toda la actualidad sobre qué vinos comprar, beber y guardar

Novedades - Blancos - Calidad-precio

---

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).

© 2000-2008 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**, la guía roja de nuestros mejores vinos, una selección de los vinos españoles más destacados.

**TodoVino recomienda el consumo responsable de vino.**

---

## ¿Brindamos con un sorbete de vino?



Los sorbetes se elaboran a partir de vinos terminados sobre los que se tienen muy en cuenta variedades, regiones de origen y añadas

**El vino ha sido y es un ingrediente básico de la cocina, en guisos, postres (famosas peras al vino) y platos mucho más sofisticados y ultramodernos que han desfilado ocasionalmente por El Bulli (solidificaciones de famosos vinos dulces españoles, por ejemplo) o más aún por el Celler de Can Roca donde cuentan con una cocina específica del vino, por poner algunos ejemplos de vanguardia.**

En este contexto, un sorbete de vino no es demasiado novedoso si no fuera porque una pequeña empresa norteamericana se ha puesto a fabricarlo a escala más o menos industrial y a distribuirlo por tiendas gourmet, restaurantes e incluso a través de Internet, donde aseguran un transporte convenientemente refrigerado y de momento sólo para Estados Unidos.

Los creadores del proyecto son Bret Birnbaum y David Zablocki, amigos de la infancia y amantes del vino que mientras debatían cómo organizar el wine bar y restaurante que estaban a punto de montar, acabaron centrándose tanto en la idea de los sorbetes de vino que fundaron un negocio totalmente distinto.

Los sorbetes en cuestión se elaboran a partir de vinos terminados sobre los que –según afirman sus creadores– se tienen

muy en cuenta variedades, regiones de origen y añadas. Por eso defienden el hecho de que cada sorbete es único y de producción limitada. De esta manera, Zablocki, que actúa frente a sus clientes como flamante “Sorbet Sommelier” tiene una excusa perfecta para trabajar con elaboradores de diversas regiones del mundo descubriendo qué vinos son más apropiados para ser transformados en sorbetes.

Parte de la filosofía también es intentar añadir el mínimo de ingredientes adicionales al vino para conservar al máximo su sabor, aunque la lista que figura en las etiquetas de los envases reza en su mayoría como sigue: “extracto de vino, agua, azúcar, glucosa, estabilizadores, pectina”.

La gama disponible hasta la fecha incluye los siguientes sabores: champagne, riesling, pinot noir, cabernet sauvignon, rosé y una para nosotros familiar sangría que se elabora mezclando vino de Rioja y de tempranillo importados de España con una pequeña porción de zumo de naranja y la proporción restante de ingredientes más o menos habituales y más o menos secretos.

Todos los sorbetes comercializados tienen un contenido alcohólico de 5% vol., por lo que su venta en Estados Unidos queda reservada a mayores de 21 años.

## Se ralentizan las exportaciones de vino con D.O.

**Los últimos informes estadísticos sobre exportaciones de vino español hechos públicos por la Federación Española del Vino muestran un preocupante estancamiento de las ventas exteriores de vinos con denominación de origen.**

En el primer semestre de 2008 los vinos envasados con D.O. han registrado un crecimiento en valor de apenas el 0,5% con respecto al mismo periodo del año anterior. En volumen el descenso ha sido del 0,4%.

Estas cifras marcan un importante punto de inflexión y rompen la tendencia alcista protagonizada por los vinos con denominación de origen en la última década. Ahora habrá que ver si la evolución en el segundo semestre del año confirma o no esta deceleración.

No obstante, el cómputo global es bastante más positivo. Si sumamos los vinos de mesa a los que cuentan con denominación origen, el saldo final es de un crecimiento del 12,6% en valor y del 13,3% en volumen. La venta de graneles fundamentalmente a Francia ha salvado la papeleta, pero no hay que olvidar que estos incrementos suelen ser coyunturales y muy dependientes del volumen y la calidad de las cosechas de nuestros vecinos.

Por cierto que las cifras de **Francia** para el mismo periodo no son más esperanzadoras.

Las exportaciones del primer productor vinícola mundial en el primer semestre de 2008 crecieron un 8,2% en valor y cayeron un 8,7% en volumen. La realidad que esconden es la excelente salud de sus vinos de mayor prestigio y reconocimiento internacional, y la difícil situación que atraviesan los de perfil medio y bajo. Además, por primera vez se registra un descenso en la trayectoria que hasta ahora parecía imparable del champagne: las exportaciones en este capítulo cayeron un 4,2% en volumen y un 1,3% en valor.

**Italia**, por su parte, empieza a acusar una tendencia similar a la española. Con datos de los cinco primeros meses de 2008 en la mano, se ha producido un crecimiento interanual del vino embotellado del 4,2% en valor y un descenso del 1,2% en volumen, aunque la tendencia en el mes de mayo es claramente a la baja y marca una caída en el vino embotellado del 4,6% en valor y el 8,3% en volumen.

Si miramos en cambio a algunos significativos exportadores del Nuevo Mundo, se mantiene aún la tendencia alcista. **Argentina** creció un 32% en valor en los cuatro primeros meses de 2008, mientras que en **Chile**, si nos fijamos en el vino embotellado, el incremento en los cinco primeros meses de 2008 fue del 12,5% en valor con respecto al mismo periodo del año anterior y sólo de 1,6% en volumen.



Las cifras marcan un importante punto de inflexión y rompen la tendencia alcista protagonizada por los vinos con D.O. en la última década

## ¿Qué tienen realmente las viñas viejas?



¿Cómo de viejas son las viñas viejas? Probablemente sería sensato conceder este estatus a partir de los 40 años

**Los que compran vino habitualmente se habrán dado cuenta de la proliferación de la leyenda “viñas viejas” en las etiquetas de algunas marcas españolas. Y, sin llegar a esos extremos, habrán oído el argumento de que a los mejores vinos se destinan las uvas procedentes de las cepas más viejas. En el caso del viñedo, ¿es viejo sinónimo de calidad?**

No necesariamente. Un viñedo viejo mal cuidado puede presentar un alto índice de virosis o enfermedades que no le permitirán dar uvas de primera línea.

Sin embargo, parece haber un común acuerdo sobre el hecho de que el principal atractivo de una cepa madura es que se trata de una planta regulada y equilibrada. En las mismas condiciones de clima y cultivo que una cepa joven tiende a dar menores rendimientos. En su extrema vejez, en cambio, apenas será productiva. El excelente Hiru Tres Racimos de la bodega riojana Luis Cañas, por ejemplo, responde a la excentricidad de salvar la producción de vides antiquísimas que apenas dan uno, dos o tres racimos.

En realidad, una producción más baja sólo es interesante en la medida en que permite una mayor concentración de fruta y materia tánica y colorante en la uva. Y podría decirse que esto, canalizado mediante prácticas adecuadas en viñedo y bodega, da lugar a vinos con mayor profundidad e incluso personalidad.

Sin embargo, el carácter distintivo está asociado a otros elementos como el microclima, el suelo y la geografía. En España se ha producido en los últimos 20 años una importante recuperación de viñedos históricos en zonas agrícolas olvidadas y cuyas uvas se destinaban en muchos casos a las cooperativas locales. El caso más emblemático, probablemente, es el Priorat, pero la misma historia se puede trasladar a muchas otras regiones españolas. *Garnachas* de Aragón, Navarra y Priorat, *mencías* del Bierzo, *prieto picudo* de León, *monastrell* de Murcia y Alicante, *bobal* de Valencia y zonas cercanas y *tempranillos* de Rioja y Ribera, además de uvas minoritarias gallegas y canarias conforman nuestro patrimonio fundamental de viejos viñedos.

Lo que aportan, además de su edad, es la sabiduría de una ubicación decidida a fuerza de prueba y error, una adaptación de variedades a lo largo del tiempo y la constatación después de varios siglos de viticultura artesanal de la calidad que pueden alcanzar sus uvas. Es este “paquete” de características el que resulta realmente atractivo.

Y, por cierto, ¿cómo de viejas son las viñas viejas? Probablemente sería sensato conceder este estatus a partir de los 40 años. Es quizás la frontera que marca la diferencia entre un viñedo ancestral y otro regido por criterios de rentabilidad que aconsejan su replantación llegado a este punto de madurez.

## D.O.Ca. Rioja

# Bodegas Bretón

Es una de las firmas clave en la revolución vivida en Rioja en los noventa gracias a su tinto Dominio de Conte, uno de los primeros vinos de pago de la denominación que con la cosecha 2004 celebra 10 vendimias en el mercado.

Dominio de Conte es uno de los mitos del vino riojano. Marcó un hito en su día por ser una de las primeras etiquetas de pago de la denominación, apoyada en un magnífico viñedo de *tempranillo* y algo de *graciano* situado en la zona de Briones. Más aún: marcó un nuevo estilo y una nueva forma de hacer en Rioja.

El inicio de los noventa fue un periodo de gran efervescencia y transformación en la zona. Elaboradores inquietos y bodegas punteras se replanteaban las formas de trabajo y las prácticas enológicas heredadas de sus padres. Lo que sucedió en ese tiempo y en los años sucesivos no puede considerarse sólo como una modernización más o menos radical de los estilos considerados clásicos. Muchas veces —y ése es sin duda el caso de Dominio de Conte y de lo que representa— el cambio fue fruto de una reflexión seria sobre la esencia del rioja y el estudio de los grandes tintos históricos de la denominación en sus épocas de mayor esplendor.

Bodegas Bretón, fundada en 1983 por un grupo de empresarios riojanos liderados por la familia Bretón, fue una de las firmas que marcó el paso de los nuevos tiempos. Más aún: consiguió conjugar una gama efectiva y comercial de crianzas y reservas de corte moderno y excelente relación calidad-precio agrupados bajo la marca Loriñón, con una etiqueta de referencia (casi de culto) que se convertiría en modelo de modernidad: Dominio de Conte.

En un momento en el que el centro de atención se traslada de la bodega al viñedo, Dominio de Conte supuso una reconciliación con el *terroir*, la búsqueda de una expresión que fuera más allá de la crianza, con más peso de la fruta y, sobre todo, con una voz fiel a la personalidad del bello viñedo de 23 hectáreas acostado junto al Ebro y con el marco rocoso de la Sierra de Cantabria al fondo. El objetivo además era crear un gran tinto de guarda que pudiera conservarse y ganar en complejidad y matices en la botella.

Ubicada desde 2003 en el municipio de Navarrete, Bretón ha ido ampliando su gama alta incorporando nuevas etiquetas: el muy mimado Alba de Bretón, una limitada selección de tempranillos de cepas viejas o el original Pagos del Camino, un monovarietal de *garnacha* también de viñedo muy viejo que es toda una rareza en la zona. Pero el nombre legendario sigue siendo Conte. Desde que se estrenara con la cosecha 1989 se han elaborado otras 10 vendimias, descartando aquellas añadas en las que no se pudo obtener la máxima calidad. La 2004, con la que se cumple ese décimo aniversario, es, sin duda, una de las grandes de los últimos años y esto en una zona orientada a los vinos de guarda es sinónimo de altas expectativas para sus mejores etiquetas. ¡Qué mejor oportunidad para recuperar a este tinto que ya se ha convertido en un clásico de Rioja por derecho propio!



En un momento en el que el centro de atención se traslada de la bodega al viñedo, Dominio de Conte supuso una reconciliación con el *terroir* y la búsqueda de una expresión que iba más allá de la crianza



Selección Club Canal Cocina octubre 2008

**Dominio de Conte Reserva 2004** Tinto, D.O.Ca. Rioja

15,95 €



1998: 2001:

**Opiniones sobre el vino**

Un laque en *La Guía TodoVino* para esta excelente añada de Dominio de Conte, con el aliciente no sólo de su calidad, sino de poder acceder a un estilo diferente dentro del panorama actual de la denominación. Estamos ante un tinto que siempre ha buscado la frescura, pero sin renunciar a una perfecta maduración de la uva. Su vibrante acidez, que actúa como hilo conductor en boca, da una característica tensión en el paladar, a la vez que aporta nitidez y largura a los sabores. Es goloso, sugerente y accesible desde ya mismo, pero con gran capacidad para desarrollarse con brillantez en la botella. La decisión sobre el descorche depende de los gustos de cada uno: más potencia de fruta ahora mismo y durante los próximos dos años; y, desde luego mucha más complejidad y desarrollo de aromas (tabaco, cuero, especias...) a partir de entonces. ¿Y qué tal la experiencia de ir abriendo una botella al año durante los próximos seis? Sea cual sea la opción elegida, está claro que la ocasión siempre será especial.

**Nota de Cata**

**Aspecto:** Picota granate intenso

**Aroma:** Complejo, con fruta negra en confitura, bombón café, hierbas aromáticas, ligera nota de cuero y ahumados

**Gusto:** Sabroso, aromático, acidez viva que aporta frescura y nitidez. Final de buena persistencia

**Otras características**

**Nombre del viñedo:** Dominio de Conte

**Varietades de uva:** 90% Tempranillo, 10% Graciano

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

**Elaboración y crianza:** 18 meses

**Barricas:** Roble americano

**Temperatura de servicio:** 17º C

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

**Tiempo de conservación:** Tiene todos los atributos de los riojas clásicos arropados por una buena acidez, lo que hace pensar en una excelente longevidad. Estará en forma por lo menos hasta 2016.

15,95 € botella (IVA incluido)

Solicite su adhesión al Club e información sobre selecciones de meses anteriores

Atención al cliente: 902 500 056 (laborables, de 9:00 a 19:00)  
canalcocina@todovino.com

Novedad

Buena relación calidad-precio

Mágnium

Disponibilidad limitada

## ¿Qué hay de nuevo?

Damos un rápido repaso a lo que ha sido la actualidad vinícola durante el mes agosto para no perder comba y empezar el curso al día. Entre las noticias del verano, que confirman muchas tendencias de las que hemos hablado en los últimos meses, destaca el escándalo de la metedura de pata de *Wine Spectator* en su tradicional selección de las mejores cartas de vinos del mundo.

### **Wine Spectator premia a un restaurante inexistente**

Le pusieron un cebo y la revista de vinos con mayor tirada del mundo picó el anzuelo. El brillante o malévolo? Robin Goldstein (en la foto) desveló en la conferencia anual de la Asociación Americana de Economistas del Vino que se había inventado un restaurante italiano cuya inexistente carta de vinos consiguió un meritorio "Award of Excellence".

El autor de *The Wine Trials*, una obra que incluye "100 vinos de menos de 15 dólares que ganan en cata a ciegas a vinos de 50 a 150 dólares" (y que naturalmente ha tenido sus valedores y detractores) sigue pinchando donde más les duele a algunos pesos pesados. De ahí que un nuevo trabajo académico sobre los estándares que se manejan en los premios de vino le llevara a crear una supuesta Ostería L'Intrepido y a presentar a concurso su ficticia carta de vinos y su menú. "Para que la solicitud pareciera veraz – cuenta en un blog dedicado al efecto– también conseguí un número de teléfono y de fax de Milán, tal y como se exigía en los requerimientos, y creé una pequeña presencia *online*". Y, por supuesto, pagó los 250 euros que exige la dinámica del concurso.

Todo ello ha servido para que a *Wine Spectator* le suban los colores y, pese a que ha intentado demostrar que realizó las comprobaciones oportunas (Goldstein rebate diciendo que el único mensaje recibido en el

contestador del número ficticio solicitaba una inserción publicitaria en la revista), no cabe duda de que su credibilidad ha quedado en entredicho.

Algunos expertos que recelaban de los resultados de estos premios han aprovechado la ocasión para cuestionar duramente el trabajo de la publicación norteamericana, más aún teniendo en cuenta la suculenta recaudación conseguida gracias a los más de 4.000 restaurantes que presentaron su candidatura. Y es que *Wine Spectator*, además de ser la revista que ha acercado el mundo del vino a numerosos consumidores de Estados Unidos y otros países, con su impactante gran formato y su toque "estilo de vida", no sólo se ha convertido en una de las voces más influyentes del sector, sino en uno de sus negocios más exitosos y rentables.

Suponemos también que a Robin Goldstein la publicidad le vendrá muy bien para vender su reciente libro y otros que pueda escribir en el futuro. Por el momento, su especialidad parece ser poner el dedo en la llaga y generar debates, eso sí, de gran interés. Y, por cierto, tiene trayectoria: es autor o coautor de varias guías de viajes y restaurantes, además de graduado por Harvard y la Yale Law School, con estudios de cocina en el French Culinary Institute de Nueva York y de vino en el prestigioso WSET de donde salen los Masters of Wine.



**A *Wine Spectator* le han subido los colores por premiar la carta de vinos de un restaurante inexistente**



Francia es el centro de todas las miradas, tanto por la introducción de un nuevo sistema de control en Burdeos como por el endurecimiento de sus leyes frente al consumo de alcohol

### Las denominaciones tradicionales se reinventan

Llegar al consumidor y triunfar en unos mercados cada vez más competitivos es tarea más que complicada y hay regiones históricas —y famosas— que empiezan a replantearse su forma de operar y de comunicar lo que son y cómo son sus vinos. Y si no lo hacen, otros toman la iniciativa.

En *decanter.com* hemos podido leer que los bordeleses han introducido un nuevo sistema de control para sus vinos. El INAO (su instituto de denominaciones de origen) pasa el testigo a un órgano independiente como Quali-Bordeaux que, como novedad, controlará todo el proceso desde el viñedo a la botella. Entre los productores hay un cierto optimismo de que el paso sirva para mejorar la credibilidad de sus vinos y para aumentar la calidad de lo que llega al mercado con la palabra Bordeaux escrita en la etiqueta.

¿Podrán mover a este gran elefante? Los cambios no son tan sencillos. Sin salir de la región y después de interminables conflictos y demandas, la para algunos polémica revisión de la clasificación de St.-Émilion (se hace cada diez años) de 2006 ha quedado anulada y se ha vuelto a la situación de 1996, presumiblemente hasta que el INAO pueda consensuar los procedimientos de una nueva revisión que volverá a intentarse en 2010. Quienes habían bajado de categoría han ganado un poco de tiempo, pero los que habían escalado posiciones están que trinan.

Con este panorama no es extraño que el crítico de vinos de *Slate*, Mike Steinberger, haya dedicado un extenso artículo en el mes de agosto a “cómo los burócratas están destruyendo el vino francés” haciéndose eco de paradojas como que en una denominación se descalifiquen vinos de gran calidad aduciendo su falta de tipicidad pero que se de luz verde para que lleguen al mercado otros mediocres. “Cuando se trata del sistema francés de AOC, me he convertido en libertario militante; quiero decir que creo que se deberían suprimir las catas de calificación y la mayor parte de las regulaciones (...). El sistema de denominaciones de origen debería servir a un único propósito; indicar el origen del vino, Más allá de esto, y fuera de unas pocas reglas que evi-

ten el fraude, los viticultores deberían poder elegir cómo trabajar, y debería ser el mercado quién decida qué vinos reflejan el carácter de una denominación y cuáles no”.

Mientras, a los alsacianos les ha dado por intentar explicar más claramente en la etiqueta el grado de dulzor que se pueden encontrar en sus rieslings teóricamente secos. Y quizás porque todo esto sigue sonando aún muy complicado los norteamericanos, que están descubriendo las excelencias de esta uva centroeuropea, han desarrollado en la recientemente creada International Riesling Foundation una escala de dulzor para que el consumidor se aclare de lo que puede encontrar en la botella. Al escritor de vinos Dan Berger se le ha ocurrido la efectiva y sencilla idea de poner en las etiquetas una barra horizontal con los conceptos “seco” y “dulce” en cada uno de los extremos y una flecha entre medias que de una idea del mayor o menor grado de dulzor. Gracias a la colaboración de un buen número de elaboradores, este minigráfico podría ayudar a hacer mucho más accesible y popular a la que hasta hace poco fue una variedad prácticamente de expertos.

### Acoso al consumo de alcohol... y vino

En muchos aspectos Francia sigue siendo el centro de todas las miradas, también por el endurecimiento de sus leyes frente al consumo de alcohol y la efectiva labor de *lobby* realizada por la ANPAA (Association Nationale de Prévention en Alcoologie et Addictologie) que se ha visto incluso refrendada en los tribunales.

Ahora se filtran puntos de las propuestas de ley en las que se está trabajando y que según *Decanter* “ponen el alcohol al mismo nivel que la pornografía”. Se baraja por ejemplo la posibilidad de que las webs de vino sólo estén autorizadas durante ciertas horas y que la publicidad se limite a las páginas de los productores, lo que en la práctica es sinónimo de acabar con la publicidad de vino en Internet. El objetivo de estas medidas es proteger a los menores y evitar que se les incite al consumo de alcohol, un proceso que también vivimos en España con la “ley de prevención del consumo de alcohol por menores” y que en este momento se encuentra aparcado.

Los franceses también han puesto en marcha este verano una agresiva campaña publi-

citaria que muestra los efectos del alcohol en un grupo de adolescentes. El anuncio muestra cómo una agradable jornada en la playa se transforma en una sucesión de desgracias y violentos incidentes.

La respuesta de los elaboradores sigue siendo la de difundir los valores históricos y culturales del vino y fomentar el consumo moderado. Si en Europa el sector puso en marcha el programa "Wine in moderation", el conglomerado Beam Global Spirits & Wine, con conocidísimas marcas de vinos y destilados, ha creado una plataforma en internet, [www.drink smart.com](http://www.drink smart.com), que fomenta el consumo responsable de alcohol.

### El nicho de los vinos sin alcohol

No es extraño que con lo que se avecina otras compañías estén explorando los caminos de los vinos "sin". Aunque técnicamente no se les pueda llamar como tal, empiezan a hacer su aparición en el mercado. También en España. Si Casa de la Ermita lanzó hace unos meses un vino que denominaron de bajo contenido alcohólico (en el entorno de los 6,5% vol.), Miguel Torres presentó a principios de agosto un blanco que se queda en un 0,5% de alcohol. Se llama Natureo (ver foto), está elaborado con uvas de *moscatel* y tiene un precio de venta al público en el entorno de los siete euros. Para su elaboración se parte de un vino blanco normal que se desalcoholiza por el sistema de conos rotatorios (*spinning cones*). Se vende como la opción perfecta para quienes quieran tomar vino, pero no puedan consumir alcohol: mujeres embarazadas, conductores o personas cuyas creencias religiosas se lo impidan. Eso sí, el peaje que se paga por la ausencia de alcohol es una boca vertebrada fundamentalmente por la acidez.

### Envases reciclables y respetuosos con el medio ambiente

El gigante francés Boisset ha anunciado que todos sus beaujolais nouveau con destino a Estados Unidos se envasarán este año en botellas de plástico. El exitoso marketing de lanzar la nueva cosecha el tercer jueves de noviembre en todo el mundo obliga a transportar cantidades de vino relativamente altas por vía aérea a ciertos países. La justificación medioambiental viene por el hecho de que el peso del vidrio incrementa la huella de carbono, ya de por sí alta al tener que

recurrir al avión. Por lo visto, el uso del plástico podría reducir a la mitad las emisiones de gases y el gasto en combustible.

Es un hecho que los nuevos envases están a la vuelta de la esquina, aunque seguramente aún tardarán en llegar a un mercado tan tradicional como el español. Pero tiempo al tiempo. Quienes se rasgaban las vestiduras ante los primeros tapones sintéticos seguro que están hartos de verlos como cierre habitual para los vinos jóvenes.

### Compañías cada vez más grandes

Los grandes del sector vinícola español intentan seguir creciendo para ser más competitivos. Por la vía de la adquisición, este verano González Byass se hizo con Viñas del Vero (en la foto), una de las joyas de Somontano con una envidiable gama de vinos que cubre distintos segmentos del mercado y que representa el 45% de la producción de la denominación aragonesa. En el paquete se incluye también la bodega *boutique* Bleuca.

Y Bodegas de Crianza de Castilla la Vieja, uno de los grandes nombres de Rueda (Palacio de Bornos es su marca emblemática) con ramificaciones en Toro, Ribera del Duero y un amplio portfolio de vinos de Castilla y León ha pasado a manos de la navarra Bodega de Sarriá, propiedad a su vez de Corporación Caja Navarra.

Pensando que tanto Viñas del Vero como Palacio de Bornos son responsables de algunas de las etiquetas con mejor relación calidad-precio del país y de vinos de especial personalidad, como catadores esperamos que por lo menos el listón se mantenga donde está.

Seguro que en los próximos meses seguimos oyendo hablar de nuevas fusiones y adquisiciones, de leyes que limitan el consumo de alcohol, de qué se inventan las denominaciones tradicionales europeas para poder competir con el Nuevo Mundo, o de en qué medida los temas medioambientales afectan a la filosofía de los elaboradores y, sobre todo, al transporte de vino. Y entre medias esperamos poder intercalar una buena cantidad de vinos que merecen la pena ser disfrutados de principio a fin, ya sean nuevos, sorprendentes, clásicos, rompedores o simplemente muy personales.



# Blogs, vino y conversación

¿Pueden cambiar los blogs el mundo del vino? Algunos de los comentarios más ingeniosos, acertados y originales que se hacen en la actualidad sobre este tema están diseminados en la blogosfera. Más aún, algunos de los personajes que están detrás de ellos empiezan a influir sobre qué y cómo se bebe rivalizando con los gurús, críticos y medios tradicionales.



Los blogs constituyen un auténtico fenómeno social y se han convertido de hecho en una forma de comunicación alternativa frente a los medios tradicionales

Esa misma blogosfera, sin embargo, también está llena de páginas que repiten lugares comunes o cuya independencia de criterio es más bien dudosa. Internet se ha convertido en una maravillosa y monstruosa acumulación de información y opiniones de todo tipo y condición. Ah, pero ¡qué maravilla cuando se descubre una voz fresca, precisa e ingeniosa capaz de aportar algo nuevo al mundo del vino! Ya sea porque lo hace desde un punto de vista nuevo y original, porque ofrece un conocimiento extraordinario sobre aspectos concretos o regiones vinícolas, o, simplemente, por su capacidad para acercar el vino al consumidor.

Pero, ¿sabemos qué es exactamente un blog? No intenten buscar una definición en el diccionario de la Real Academia porque el término, obviamente, no figura. Pero si lo teclean en Internet encontrarán multitud de respuestas. Una de mis favoritas, por aséptica y desapasionada, es la que recuerda que un blog no se define por su contenido sino por sus características y aspectos técnicos. Es una herramienta que permite publicar información ordenándola de forma cronológica, que se actualiza periódicamente, que hace posible la respuesta de los lectores y que permite interactuar con otros blogs.

Los blogs constituyen un auténtico fenómeno social y se han convertido de hecho en una forma de comunicación alternativa frente a los medios tradicionales: prensa, radio, televisión. En su corta historia, tal y como aparece relatada en Wikipedia, se detallan ejemplos claros de su influencia creciente y su capacidad para ofrecer al mundo información directa y de primera mano capaz incluso de tener repercusiones políticas en países tan mediáticos como Estados Unidos.

Los de vino, está claro, se mueven en otra liga, pero están tomando conciencia de sí mismos. La prueba más evidente es la celebración en un corto espacio de tiempo de dos conferencias de *wine bloggers*: una en Europa, que tuvo lugar en Rioja el último fin de semana de agosto, y una segunda el próximo mes de octubre en Sonoma (California).

## Reunión de bloggers

La European Wine Bloggers Conference estuvo co-organizada por Ryan y Gabriella Opaz de Catavino (residen en Barcelona y escriben en inglés sobre vinos de España y Portugal), y Robert Macintosh, del blog The Wine Conversation. MacIntosh trabaja en el sector del vino en Londres y es *brand-*

*ambassador* de varias bodegas españolas, entre ellas Dinastía Vivanco, en cuyo flamante museo se celebraron las sesiones de trabajo.

Los participantes fueron tan variopintos como cabe esperar de la propia naturaleza del sector del vino y de Internet. Desde bodegas que han descubierto una nueva forma de comunicar con su cliente final pasando por páginas dedicadas a la venta de vino hasta buscadores, redes sociales (algo así como un entorno para compartir catas e información que puede alcanzar gigantescas dimensiones), profesionales del sector que quieren compartir su visión personal (Thomas Perry, gerente del Grupo de Exportadores de Rioja desde 1994 a punto de jubilarse planea volcar la experiencia de toda su vida en un blog centrado en la región). Y, por supuesto, aficionados. Todos aquellos que participan en la cadena del vino desde el viñedo hasta el descorche de la botella son *bloggers* en potencia. ¿Quién piensa aún que un blog de vino es sólo una forma de crítica independiente?

No obstante, los *bloggers* que alcanzan más prestigio se mueven en este campo. Hace unos meses, Mike Steinberger escribió un interesantísimo artículo en la elitista publicación *The World of Fine Wine* (cuenta con las mejores firmas del mundo del vino, incluido algún *blogger*) titulado “Everyone a critic. The future of wine writing” en el que hablaba de las transformaciones que está viviendo la crítica vinícola. En él dibujaba un panorama cambiante desde la abrumadora supremacía de Robert Parker a una nueva generación de personajes cuyo principal caldo de cultivo es Internet y los blogs de vino.

### Todos somos críticos de vinos

Lo describía como un proceso de dos caras: “Ahora –decía– cualquier *amateur* con un ordenador y acceso a Internet puede compartir su autoproclamada experiencia con el mundo. En el vino, como en todo lo demás, estamos asistiendo al encumbramiento de la *vox populi*”. Pero también reconocía que dentro de este ensordecedor rugido de opiniones estaban surgiendo voces a las que realmente merece la pena escuchar. Más aún: “Internet también se ha

convertido en una plataforma para *amateurs* con grandes conocimientos que previamente no tenían forma de compartir sus puntos de vista con una audiencia amplia (...). Basta con echar un vistazo al foro de [erobertparker.com](http://erobertparker.com); algunos de los participantes tienen casi el mismo acceso que los profesionales a las mejores bodegas del mundo y, desde luego, tienen bastante más dinero para gastar en vinos finos”.

Ya sea a través de blogs o de otras herramientas, la voz de los aficionados cada vez está más presente en la red. ¿Conocen Cellar Tracker? En la actualidad es la base de datos de catas más grande del mundo con más de 600.000 reseñas y casi 60.000 usuarios. Nació como un programa-web de gestión de bodega creado por un directivo de Microsoft que decidió hacerlo accesible a los aficionados de todo el mundo. El número de catas almacenadas aquí excede desde luego la capacidad de sitios profesionales como los de *Wine Spectator* o Robert Parker cuyas bases de datos hasta hace poco parecían inalcanzables.

Cellar Tracker no es la única web social de este tipo. La portuguesa Adegga, presente en la conferencia de Rioja, trabaja por ofrecer nuevas funcionalidades a los amantes del vino que les ayuden tanto a gestionar sus catas como a acceder a las de otros usuarios y distintos actores del sector. Una de las peticiones que lanzó a la audiencia de *bloggers* fue que puntuaran los vinos que catan para poder integrarlos e indexarlos en su sistema.

¡Qué paradoja! Muchos *bloggers* no puntúan y son contrarios a reducir lo que hay en la copa a un par de dígitos. “Si los *bloggers* somos diferentes –señaló uno de los participantes–, ¿por qué emplear las puntuaciones creadas por la crítica tradicional?”. La mayoría cree en el valor añadido que aportan sus impresiones y sus comentarios. Y el asunto de los puntos es, ha sido y será polémico. ¿Qué conocimientos tiene el que puntúa? ¿Utilizan todos los catadores las escalas de puntuación de la misma manera? No alcanzo a imaginar la contradicción de que los *bloggers* tengan que doblegar sus deseos de libertad y diferenciación para poder ser encontrados con los sistemas de búsqueda y





Todos aquellos que participan en la cadena del vino desde el viñedo hasta el descorche de la botella son bloggers en potencia

organización cada vez más necesarios para clarificar el inmenso mar de información sobre vino presente en la red.

### Expresar, expresar y expresar

Hubo mucho más acuerdo en otros aspectos. Como que lo que marca realmente la diferencia frente a los medios tradicionales es la posibilidad de interactuar con los lectores e intercambiar opiniones. Es un hecho que en muchos blogs el debate generado por un comentario puede ser incluso más interesante que el argumento inicial. “Conversar sobre vinos” fue uno de los conceptos más repetidos en la conferencia. Ryan Opaz, por ejemplo, dijo sentirse encantado de la calidad de sus lectores, de su alto nivel de exigencia y de la gran inmediatez en la comunicación. Y el elaborador italiano Gianpaolo Paglia, de la bodega Poggio Argenteira, destacó el proceso de “desintermediación” entre el productor y el consumidor final.

Para el italiano Giampiero Nadali, del blog Aristide, uno de los más conocidos y respetados fuera y dentro de su país, “el blog es una nueva herramienta editorial que permite la combinación de texto, fotografía y vídeo; es totalmente interactiva y diferente”.

Y no hace falta escribir para tener un blog. El gran éxito de los últimos años ha sido el videoblog casi diario de Gary Vaynerchuck en Winelibrary TV. La empresa familiar de venta de vino se ha convertido en un negocio millonario y el iconoclasta Vaynerchuck, que es capaz de criticar las

propias referencias de su tienda, ha roto todos los moldes catando –y escupiéndolo– frente a la pantalla, mientras habla de su equipo favorito de beisbol y encuentra hasta el último matiz en la copa. El estilo de hablar –y mascullar– sobre vinos como si se tratara de fútbol funciona a la perfección porque el personaje no está precisamente exento de conocimientos y porque, obviamente, causa furor entre la nueva generación de jóvenes que se acercan al vino. No es sólo una estrella por su poder mediático. También ha adquirido la web Corkd, otra red social al estilo de Cellar Tracker, que está en vías de colaborar con otras de su tipo para acabar convirtiéndose en un gigantesco portal 2.0 donde miles de aficionados intercambiarán previsiblemente catas, comentarios y blogs.

A quienes todo esto les siga pareciendo muy grande y no sepan por dónde empezar a buscar blogs de interés, pueden confiar en esta la lista de los Top 100: <http://alawine.com/wineblog-rankings.html> elaborada en función de la frecuencia de visitas y no tanto la calidad o en el concurso de *bloggers* creado hace un par de años por Tom Wark del supervisitado y pionero Fermentation (eso sí; sólo para blogs americanos).

Los blogs más visitados y famosos están en inglés, pero los encontrarán en todos los idiomas. A veces cuesta un poco aprender a navegar por la blogosfera pero, la verdad, hay algunos que enganchan. Y, desde luego, todos conversan con sus lectores.

# Pequeña guía para pedir el vino en el restaurante

Para muchos es un momento delicado. Temen quedar en evidencia o que alguien note que no saben demasiado de vinos. Pero con ayuda de un buen sumiller podrían transformar el trance en una excelente oportunidad para aprender, descubrir nuevas marcas y disfrutar.

No se deje empequeñecer por la carta de vinos por muy compleja o extensa que sea. Transforme su inseguridad en una actitud proactiva. Sea positivo. No vea al sumiller como un contrincante. Conviértale en su aliado.

Aunque este inicio de artículo se parezca peligrosamente a un libro de autoayuda, la mayoría de personas que tienen que pasar por el trago de elegir el vino en una comida de negocios o una velada de amigos se sentirían muy reconfortadas visualizando una escena en la que ejercen de brillantes anfitriones conversando de tú a tú con el sumiller y entrando en el tipo de detalles (la temperatura exacta del vino, la añada, la composición varietal...) que suelen crear cierto impacto en la audiencia.

Para llegar hasta aquí sin dar ningún traspie hace falta algo más que confianza; se necesita tener una base de conocimientos más o menos asentados, lo que implica tiempo y un cierto nivel de esfuerzo. Pero quien ande escaso de ambas cosas, no debería desesperar. En lugar de ir a la opción segura –¿y aburrida?– de siempre, debería intentar por lo menos aprender a dialogar con el sumiller. De esta forma, cada comida fuera de casa se podría convertir en una oportunidad para aprender algo nuevo de vinos.

## Quiero probar nuevos vinos

Nada hará más feliz a un sumiller que un cliente que quiera probar algo diferente. Pero además su reacción dará una medida de lo buen o mal profesional que es. Desconfíe si sonríe, da media vuelta y sale corriendo hacia su bodega. Es muy probable que le vaya a

encasquetar algún *stock* del que quiere deshacerse o alguna botella de precio elevado que no tiene demasiada demanda.

Lo lógico es que reaccione interrogándole sobre sus estilos preferidos. Y si usted no es capaz de darle una respuesta clara (¿cómo demonios decir algo más que no sea blanco, tinto o con burbujas, o citar una zona vinícola?), seguramente le preguntará por alguna de sus marcas favoritas y le ofrecerá algo en la misma línea pero de calidad superior.

Cuando el sumiller le pregunte qué le ha parecido la opción que ha elegido, sea totalmente sincero en su respuesta porque así le ayudará a seleccionar un segundo vino o a sustituir el primero en caso de que no haya sido de su agrado.

## Aprendiendo el lenguaje del sumiller

Muchas veces el problema para comunicarse en el restaurante o dar pistas sobre los gustos personales tiene que ver con la dificultad para explicar con palabras lo que nos parece un vino, más allá de un mero “me gusta” o “no me gusta”. Por eso, no estaría mal que intentara ir familiarizándose progresivamente con algunos términos básicos que contribuirán a hacer la conversación más fácil y fluida.

**Estructura.** ¿Prefiere los vinos ligeros que pasan rápida y agradablemente por su paladar o aquellos que le llenan la boca y se sienten fuertes y poderosos? La estructura del vino es un elemento determinante en su descripción. Se tiene muy en cuenta a la hora de catar, por ejemplo, dejando los vinos más cor-



**Nada hará más feliz a un sumiller que un cliente que quiera probar algo diferente**



Muchas veces el problema para comunicarse en el restaurante tiene que ver con la dificultad de explicar con palabras lo que nos parece un vino

pulentos para el final. Hay regiones vinícolas que se asocian a la corpulencia como Toro, Ribera del Duero o Priorat y sería lógico pedir un vino con cuerpo para acompañar platos igualmente fuertes y poderosos: caza, carnes rojas, guisos elaborados. Normalmente, los vinos más estructurados también suelen tener mayor grado alcohólico.

**Relación fruta-madera.** ¿Qué elemento le gusta que domine en el vino: la fruta o la madera? En España se presta gran devoción a la crianza, ya sea dentro de la línea clásica o con el aporte de maderas nuevas y roble francés tan de moda últimamente. ¿Le gusta que el vino huela y sepa a leche, nata, vainilla, cacao, eucalipto o chocolate? ¿Prefiere las sensaciones tostadas y cremosas, como de café y natillas o le gusta sentir la fruta: moras, ciruela, frambuesas frescas o en confitura? ¿O busca un buen equilibrio entre fruta y madera?

**La edad del vino.** Cualquier elemento que ayude a acotar la búsqueda será de tremenda utilidad para el sumiller. No es lo mismo pedir un vino joven, que un crianza, un reserva o un gran reserva, con salidas al mercado progresivamente más tardías. Aunque muchos elaboradores se saltan hoy en día estos indicativos tradicionales de envejecimiento, siguen estando muy presentes en el mercado español. Y si usted pide, por ejemplo, un reserva de corte más moderno que lo que toma habitualmente, es muy probable que el sumiller le proponga un tinto de etiqueta genérica y le explique que la elaboración es la misma pero que el bodeguero prefiere utilizar maderas más nuevas que ceden más rápidamente su carácter al vino o reservarse la decisión de cuándo sacar el vino de bodega en función de su evolución y no tanto de lo que diga el reglamento. Y que hoy en día muchos tintos genéricos superan en calidad a los reservas tradicionales. Así que no sólo habrá probado un vino nuevo; también habrá aprendido algo nuevo.

**La zona.** Es, desde luego, el recurso más clásico y socorrido a la hora de pedir un vino. ¿Pero no cree que debería intentar ir más allá de Rioja y Ribera del Duero para los tintos y Rueda y Rías Baixas para los blancos? Bastaría con que le dijera al sumiller algo así como: “Habitualmente tomo reser-

vas de Rioja y Ribera, pero me gustaría probar tintos interesantes de otras zonas. ¿Qué podría aconsejarme que estuviera a la altura en calidad?”

**El precio.** No debería darle vergüenza, sobre todo si la situación y la compañía se lo permiten, dar al sumiller una indicación del dinero que está pensando en gastarse en el vino. Al contrario, le facilitará enormemente el trabajo. También hay trucos para hacerlo de manera sutil. Por ejemplo señalando un precio en la carta de vinos y diciendo que quiere algo en esa línea. De esta forma, el mensaje llega igualmente sin que nadie se entere de lo que está hablando.

### Ejercitar la memoria más allá de la marca

Lo habitual en un consumidor es que acabe manejando un puñado de marcas favoritas que se ajustan a sus gustos, necesidades y bolsillo y las vaya consumiendo alternativamente en sus salidas a comer o cenar fuera de casa. Pero de la misma forma que se queda con el nombre de la bodega y el vino, ¿por qué no intenta memorizar las sensaciones que le produce el vino en el paladar? Le resultará muy útil para empezar a practicar con el vocabulario que hemos descrito más arriba. Además, se sentirá más confiado al aplicarlo a vinos que conoce muy bien y consume con frecuencia.

Una buena idea es ampliar sus conocimientos sobre las marcas que le gustan e intentar buscar puntos comunes respecto a la zona de producción, la variedad o variedades de uva y el tipo de crianza.

### Hacer una cata divertida e improvisada

Otra forma de probar cosas nuevas y aprender es pedir que le sirvan dos o tres vinos simultáneamente para poder irlos comparando a lo largo de la comida. Esto supone un pequeño jaleo “extra” de copas que seguro que muchos restaurantes no estarán dispuestos a organizar. Pero un sumiller de un restaurante que cuida mucho el vino o de alguna de esas tabernas con amplias cartas de vinos que empiezan a proliferar seguro que es mucho menos reticente al experimento, sobre todo si se le pide consejo sobre la elección de los vinos o la temática de esa “mini-cata”.

De hecho, las tabernas que ofrecen una variada selección por copas suelen ser excelentes lugares para dar el salto a probar cosas nuevas. Y cuentan en la mayoría de los casos con profesionales entusiastas muy dispuestos a recomendar, sugerir e informar sobre las características de los vinos que ofrecen.

### La ¿difícil? prueba del vino

Probablemente, es el momento más temido. Cuando llega el sumiller, muestra la botella y dice aquello de ¿quién probará el vino? En realidad, si ha tenido un interlocutor claro en el proceso de elección del vino, el sumiller seguirá interactuando con él. Le dejará comprobar que lo que sirve es exactamente la marca solicitada y servirá una pequeña cantidad en su copa para que lo pruebe.

La verdad es que no hay receta contra el posible miedo escénico que le pueda entrar en ese momento, salvo la práctica. Tampoco hay por qué hacer teatro y ponerse a agitar la copa si no se tiene la práctica suficiente. Basta con llevárselo a la nariz y a la boca y, a menos que huela o sepa a rayos, decir un: "Sí, a mí me parece bien".

Es posible que pueda haber un leve defecto que no capten ni la nariz ni el paladar de un aficionado que no lleve muchos vinos a sus espaldas. Si a usted le gusta el vino y no lo capta, adelante. ¡Lo está disfrutando! Pero si se encuentra en una comida de trabajo o en una reunión formal y sabe que en el grupo hay alguna persona más entendida, puede pedir al sumiller que él también de su aprobación. Es una buena forma de cubrirse las espaldas. Y un excelente ejemplo del pensamiento positivo.



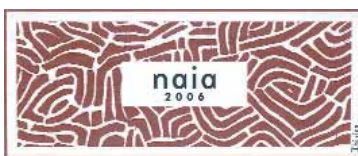
www.euroseleccio.com - www.winecopa.com

presentado por **euroselecció** 

www.riedel.com - T 938 904 353

# Segundos "a la española" para combatir la crisis

En los tiempos que corren a los aficionados les empieza a preocupar cuál es la mejor manera de sacar el máximo partido de un presupuesto ajustado. Quien se vea obligado a recortar esos pequeños caprichos que se concedía de vez en cuando, hará muy bien en buscar las segundas marcas de algunos de los mejores elaboradores del país.



Estos segundos no llegan a ofrecer la misma dimensión extra que caracteriza a sus hermanos mayores, pero en ocasiones se acercan mucho a su perfil e incluso comparten aromas y sabores concretos.

No es fácil explicar cuáles son las claves de un gran vino. Solemos hablar de concentración, personalidad, perfecto equilibrio, finales de boca especialmente persistentes y capacidad para aguantar el paso del tiempo. Otra forma más subjetiva de explicarlo es hablar de una combinación que suele sobresaltar los sentidos. Podemos identificar aromas, sabores y sensaciones que hemos encontrado en otros vinos, pero que se muestran con mayor intensidad, con más nitidez y pureza, con mucha más energía; a veces como una auténtica explosión; otras, con una increíble y elegante armonía.

¿Se trata realmente de una diferencia insalvable? Lo que está claro es que primeros y segundos, puestos unos al lado de los otros, pocas veces resistirán la comparación. El crítico británico Oz Clark lo ha explicado a la perfección: "Los sabores que te gritan en un gran vino apenas te susurran en un segundo".

### **Ventajas de no ser tan grande**

Intentemos ver el asunto desde otro punto de vista. El impacto social de colocar una botella de prestigio en la mesa a menudo tiene el inconveniente de que la marca se antepone a otras cuestiones prácticas y de sentido común. Como, por ejemplo, si es el momento adecuado para beber el vino.

Muchos de los grandes vinos españoles de los últimos tiempos se han consumido

**Optar por un segundo vino no sólo es una opción de presupuesto, sino de inteligencia y sentido común**

escandalosamente pronto. Aunque la pericia de los elaboradores y los grandes avances que se han producido en los últimos años en el trabajo con los taninos permiten que tintos concentrados y poderosos salgan al mercado bebibles e incluso sedosos, nos hemos privado de ver la supuestamente maravillosa evolución que puede tener un gran vino, al menos en el medio plazo. De hecho, nuestra experiencia cuando realizamos catas verticales apunta a que los vinos más impactantes de la batería coinciden siempre con buenas añadas que han pasado un tiempo razonable en la botella (habitualmente entre seis y 10 años).

Además del precio, naturalmente, un vino de perfil algo inferior tiene la ventaja de resultar más accesible prácticamente desde el momento en que se descorcha la botella. Se muestra de forma más directa, la evolución en la copa es más rápida y “fácil” y, en general, resulta más inmediato. A un gran vino siempre hay que dedicarle tiempo: para decidir cuál es la mejor forma de servirlo (si le viene bien la decantación, por ejemplo) y luego para apreciar su desarrollo en la copa. Y si descorchamos la botella demasiado pronto, siempre corremos el riesgo de que se muestre obstinadamente cerrado.

Por eso, a veces, optar por un segundo vino no sólo es una opción de presupuesto, sino de inteligencia y sentido común.

### La lógica del vino menor

¿Cómo nace el segundo vino? El concepto se asocia fundamentalmente a Burdeos y, según recuerda Jancis Robinson en su *Oxford Companion to Wine*, gana cierto auge en los ochenta, “cuando la creciente competencia obligó a una selección aún más rigurosa en el ensamblaje”.

El modelo habitual en esta famosa región francesa es el de la propiedad vinícola o *château* de tamaño relativamente amplio que permite elaborar entre 200.000 y 300.000 botellas al año. La mejor calidad se destina al primer vino y el resto va a parar a la segunda etiqueta de la casa, entre las que también hay nombres famosos como Les Forts de Latour (de Château Latour) o Pavillon Rouge (de Château Margaux).

En una añada buena puede haber muchos segundos de alto nivel y en una no tan buena puede llegar a ocurrir que no se elabore el primer vino y que la segunda etiqueta sea la única representación comercial de la bodega en el mercado, con calidad más o menos elevada en función de la selección que se haya realizado.

Lo que cada elaborador destine a cada vino, tanto en calidad como en cantidad, dependerá de su filosofía particular, pero lo que está claro es que el gran vino antecede al segundo y que este último es la consecuencia lógica de intentar mejorar el primero.

### Segundos en versión española

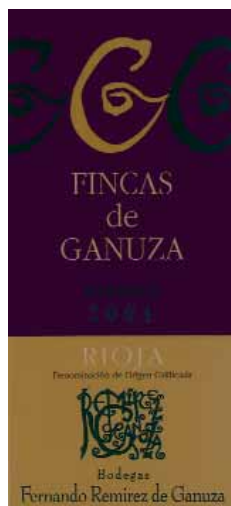
En España, la noción de segundo vino no está demasiado arraigada. Si miramos en Rioja, nuestra gran zona histórica de tintos, vemos que tradicionalmente la gama se ha organizado en función de los distintos tiempos de envejecimiento en barrica (crianza, reserva y gran reserva), destinando las uvas de mayor calidad a los tintos de crianza más prolongada. Y esta forma de trabajar es la que se ha acabado trasladando a otras regiones vinícolas del país que han realizado sus propias interpretaciones (roble, crianza y reserva en la Ribera, por ejemplo)

Es más. Podríamos decir que, en general, se ha realizado el camino inverso a Burdeos. Desde los años noventa, las bodegas españolas han añadido a su vino estandarte o a su gama más o menos clásica una o varias etiquetas de nivel superior y con aspiraciones de gran vino.

Quizás, la firma que ha estado históricamente más cerca del modelo de Burdeos ha sido **Vega Sicilia** con su **Único** como gran vino y su **Valbuena** como segundo de lujo. Hoy, sin embargo, ambas son grandes etiquetas con estilos diferentes: más clásico Único, más moderno Valbuena.

Otro gran nombre de la Ribera del Duero, **Pingus**, ha adoptado la misma fórmula bordelesa de elaborar dos tintos. Aunque teniendo en cuenta que su primer vino es el más caro de España, su segundo, **Flor de Pingus**, que se mueve en el entorno de los 130 €, dista mucho de resultar asequible e incluso supera en precio a muchos “grandes” de otras firmas.





Además del precio, naturalmente, un vino de perfil algo inferior tiene la ventaja de resultar más accesible prácticamente desde el momento en que se descorcha la botella

¿Qué precio sería razonable para un segundo vino (o, entendido "a la española", para un vino de precio asequible dentro de una bodega que cuenta con referencias de alto nivel)? Si retomamos el modelo bordelés, la cosecha 2004 del **Pavillon Rouge** de **Château Margaux** se vende en nuestro país en unos 60 €, tanto como muchos primeros españoles. Los Eguren, por ejemplo, auténticos especialistas en hacer vinos *top*, han creado combinaciones como **El Puntido** (33 €) y **La Nieta** (90 €) en su nueva bodega Viñedos de Párganos, con un segundo capaz de codearse con los mejores.

Quien se mueva con este nivel de presupuesto, podrá incluir en la lista los **Mauro** (el vino que elabora Mariano García en Castilla y León desde los ochenta), **Clio** (el "supersegundo" de Jumilla que firma el enólogo australiano Chris Ringland), **Les Terrasses** (el priorat asequible de Álvaro Palacios) o un **Numanthia** de Toro.

Pero probablemente la banda de los 25-30 siga resultando elevada para un consumidor exigente y a la vez necesitado de recortar su presupuesto. ¿Qué segundos podrían hacer igual de feliz a su bolsillo que a su paladar? Sin ánimo de ofrecer una lista exhaustiva, les recomendamos algunas etiquetas favoritas.

#### Blancos

**Do Ferreiro (Rías Baixas).** De una de las bodegas más intimistas y artesanales de Rías Baixas. El Cepas Vellas es la joya limitada y este Do Ferreiro un albariño que respeta a rajatabla el embotellado tardío, con capacidad para evolucionar en botella y con una expresividad y complejidad que parece reservada a algunas grandes marcas o a versiones más caras de albariños con crianza en depósito. La cosecha 2007 que salió al mercado en mayo resulta altamente recomendable. Entre 12 y 13 €.

**Louro do Bolo (D.O. Valdeorras).** Uno de los blancos de mejor relación calidad-precio de España y un segundo bien conectado con su "primero" As Sortes, que además sigue bastante fielmente el modelo bordelés. Su autor, Rafael Palacios ha intentado con éxito conseguir complejidad y profundidad y este vino con cuatro meses de barrica, desde

luego, va mucho más allá de la corrección. Por su definición aromática y nitidez de sabores, mira hacia su hermano mayor. Tanto la primera cosecha 2006, aún presente en el mercado (quizás con algo más de recorrido) como la 2007 que acaba de presentarse superan con creces las expectativas de los 12-13 € que cuesta.

**Naia (D.O. Rueda).** ¿El mejor rueda por debajo de 9-10 €? Se diferencia de su "primero" en que no emplea la madera en su elaboración. La cosecha 2006 es, probablemente, la mejor que se ha elaborado hasta la fecha (increíble relieve y definición frutal con boca untuosa y muy elegante) y fue Premio TodoVino a la etiqueta de mejor relación calidad-precio de *La Guía 2008*. Es uno de esos blancos que se siguen bebiendo con agrado dos o tres años después. Para quienes prefieran los vinos más vivaces la añada 2007 acaba de salir al mercado con gran potencial frutal y varietal.

**Veigadares (D.O. Rías Baixas).** Adegas Galegas elabora una amplia gama de vinos cuya estrella, cara y escasa, es Gran Veigadares, un albariño que intenta aunar la complejidad de la crianza en barrica y en botella. Su "segundo" añade un pequeño porcentaje de *treixadura* y *loureiro* en el ensamblaje y se apoya en la fermentación parcial (no todo el vino pasa por madera) para conseguir una combinación en la que la barrica se convierte en mero escaparate para dejar hablar a la fruta. Su volumen en boca le da seriedad para acompañar toda la comida por 12-13 €. Las dos últimas cosechas en el mercado, 2006 y 2007, guardan gran fidelidad a este patrón.

#### Tintos

**Abadía Retuerta Selección Especial (V.T. Castilla y León).** No es exactamente un segundo vino. Más bien ocupa un lugar destacado por su relación calidad-precio dentro de la amplia gama de esta bodega de Sardón de Duero que cuenta con una impresionante finca de 200 hectáreas de viñedo presidida por una abadía en proceso de restauración. Impecable elaboración por parte del enólogo Ángel Anocibar y perfecto equilibrio fruta-madera. Siempre sabroso y delicioso y con una trayectoria

impecable en sus últimas añadas (2004-2005-2006). Unos 15 €.

**AN/2 (V.T. Illes Balears).** Con algo menos de la autóctona *callet* que el muy seductor An y mayor presencia de uvas foráneas, desde nuestro punto de vista, siempre ha sido un segundo de lujo y una ventana abierta al carácter fragante y mediterráneo de los tintos de Mallorca. Sutilidad por encima de potencia; gran expresión sin necesidad de estructura; y todo ello a un precio excepcional (12-13 €). Mientras sale al mercado la cosecha 2006, pueden disfrutar de una añada 2005 marcada por un paisaje de bosque y fruta confitada.

**Fincas de Ganuza (D.O.Ca. Rioja).** Un segundo poco conocido pero muy auténtico en su planteamiento y de producción limitada (sólo 35.000 botellas) que despunta especialmente en la cosecha 2003 (maduro, delicioso y bebible, perfectamente elaborado, con gran equilibrio e increíble textura en boca). Realmente cumple el factor de inmediatez y accesibilidad frente a sus hermanos mayores (Fernando Remírez de Ganuza Reserva y Trasnocho), mucho más complejos y estructurados, pero también más cerrados y con necesidad de "hacerse esperar". En torno a los 20 €.

**Predicador (D.O.Ca. Rioja).** Una de las novedades más agradables de los últimos tiempos ha sido la creación de una gama de vinos asequibles en la exclusiva (por producción, precio y escasez) bodega de Benjamín Romeo, más aún desde que su Contador recibiera 100 puntos en *The Wine Advocate*. Pero es que además ni La Viña de Andrés Romeo, ni La Cueva del Contador, ni el blanco Qué Bonito Cacareaba eran etiquetas accesibles para el gran público. La maravillosa explosión frutal de este tinto (cosecha 2006) que hace un guiño con su nombre a las películas de Clint Eastwood debería ser

de obligada prueba para cualquier aficionado que se precie. 18-19 €.

**Pujanza (D.O.Ca. Rioja).** Carlos San Pedro se ha revelado como uno de los jóvenes enólogos más brillantes de Rioja. Si su Pujanza Norte le ha colocado en la élite de tintos del país, su segundo vino (el Pujanza a secas) es un genérico irreprochable que siempre sorprende agradablemente por su buena concentración, frescura y equilibrio. La cosecha 2005 se encuentra en un excelente momento, mientras que la 2006 que saldrá al mercado antes de fin de año es una de las mejores de la firma. 15-16 € bien empleados.

**Salía (D.O. Manchuela).** Aunque la procedencia suene muy anodina, el proyecto del periodista especializado y crítico gastronómico Víctor de la Serna es uno de los más interesantes de Castilla La Mancha. Comedido en el precio también para su primer vino Finca Sandoval que no supera los 25 €, la paradoja en este caso viene por el hecho de que el segundo tinto es de producción mucho más limitada (poco más de 15.000 botellas). La combinación de *syrah* y *garnachas* de la zona da lugar a un tinto goloso pero vivo, maduro, floral y muy seductor. Gran relación calidad-precio en sus últimas cosechas 2005 y 2006 que no superan los 13 €.

**Sierra Cantabria Cuvée Especial (D.O.Ca. Rioja).** Otra bodega de gama amplia, con una línea clásica de crianzas y reservas y un ramillete de tops poco habitual (Amancio, El Bosque y Colección Privada) que casi se conocen más que su genérico Cuvée Especial moderno y muy asequible (unos 13-14 €), con gran expresión frutal, nota floral y agradables sensaciones lácticas. La cosecha 2005, de próxima aparición en el mercado, nos recuerda a un hermano pequeño del Sierra Cantabria Colección Privada.



## Novedades y nuevas añadas

Nos llegan este mes bastantes vinos nuevos del Priorat, una zona que sigue creciendo en proyectos, casi todos de dimensiones reducidas y producciones muy limitadas, lo que obviamente redundará en el coste. Pero los amantes de la zona disfrutarán seguramente con nuestras recomendaciones. Más ajustados en precio y con muy buen nivel de calidad, destacamos el nuevo e impecable tinto de Jané Ventura, un sincero y personal vino de Extremadura o el nuevo Zíos de Lusco con todo el carácter de la *albariño* pero muy suave con el bolsillo. No se olviden de probar el Pico Madama, uno de esos vinos de altísima puntuación en el extranjero que resulta bastante más asequible a cualquier paladar de lo que harían pensar sus 95+, y el nuevo vino de pago de los Pérez Pascuas, que desde nuestro punto de vista representa una de las Riberas más auténticas. Todas las marcas figuran por orden alfabético.

7,00 €  

100% Syrah  
12,5% vol.

### Barba Rosa 2007

Rosado, V.T. Cádiz

Huerta de Albalá

Esta bodega que se dio a conocer con sus espectaculares y poderosos tintos echó por tierra el tabú de que en Andalucía no se podían hacer grandes vinos que no fueran generosos. Ahora va ampliando paulatinamente su gama con productos más desenfadados, pero que no acaban de perder la originalidad y la huella de su origen. Este rosado que combina

la frescura que se le exigiría por su tipología con la licoridad de su origen meridional, nos parece una interesante opción para hacer la transición del verano al otoño. Guinda salmón. Fruta madura en licor (frambuesa), pastelería, nota vegetal. Boca sabroso, afrutado, seco, con cierto volumen y final con recuerdos de fruta en licor.

21,00 €  

70% Garnacha Blanca,  
30% Viognier  
5 meses en barricas nuevas de roble francés  
15% vol.

### Coma Alta 2007

Blanco, D.O.Q. Priorat

Viticultors Mas d'en Gil

El blanco habitual de la casa, el Coma Blanca, es una combinación de *garnacha blanca* y *macabeo*. Esta nueva etiqueta que se estrena con la cosecha 2007 aporta el exotismo de la *viognier* a la base de *garnacha blanca*. Estilo mediterráneo auténtico para quien quiera conocer una expresión radicalmente distinta de los blancos españoles: volumen y untuosidad con aromas y sabores propios del paisaje mediterráneo y el grado alcohólico habitual

en la zona. Los dos "Coma", son maravillosos blancos de invierno muy recomendables para consumidores algo iniciados. La producción del Coma Alta, como ocurre a menudo en el Priorat es anecdótica: 4.120 botellas. Amarillo verdoso. Complejo en nariz, aromas de fruta carnosa madura, mineral, farmacia, cítricos y frutos secos. Untuoso, graso, equilibrado, frutal, cálido, aromático y con volumen. Final con recuerdos de almendra.

24,00 €   

53% Cariñena, 35% Garnacha,  
7% Syrah, 3% Cabernet Sauvignon  
15 meses en roble francés  
14,5% vol.

### Ferrer Bobet 2005

Tinto, D.O.Q. Priorat

Ferrer Bobet

Nuevo proyecto de Sergi Ferrer-Salat (que también ha inaugurado recientemente un impresionante espacio vinícola-cultural-gastronómico en Barcelona) y el enólogo Raúl Bobet en el Priorat. Pese a que cuenta con vino superior, el Selección, éste es perfectamente fiel a la esencia pizarrosa de la zona, con un componente mineral impor-

tante, agradable calidez, fruta negra y sugerentes hierbas mediterráneas. Sólo 17.000 botellas perfectamente elaboradas. Cereza granate bien cubierto. Aromas de fruta roja en confitura, mineral, regaliz, bosque mediterráneo, tostados. Goloso, ligero, fluido, paso láctico, aromático y final de fruta roja con ligera calidez.

Los vinos para comprar, beber y guardar

## Jané Ventura Negre Selecció 2006

Tinto, D.O. Penedès

Jané Ventura

Esta nueva etiqueta es fruto de la reestructuración de la gama de la bodega. Desaparecen Vinya Palfuriana y Margalló y nace este Selecció que se sitúa entre medias de los dos anteriores tanto en concepto de crianza como en precio. El resultado es un tinto frutal, vivo, aromático y de gran relación calidad-precio con el que el consumidor gana claramente. Se

ha elegido además una imagen clara y sencilla que sigue la línea sobria y cuidada de la casa. Hay 30.000 botellas disponibles. Negro apicotado de buena capa. Fruta en confitura (ciruela), regaliz, caramelo de violeta, retama. Fino e intenso. Sabroso, frutal, muy fresco y aromático, paso balsámico, tanino maduro y final persistente.

10,00 €    

40% Tempranillo,  
20% Cabernet Sauvignon,  
20% Merlot,  
10% Syrah, 10% Sumoll  
10 meses en roble francés  
14% vol.

## Pico Madama 2005

Tinto, D.O. Jumilla

Casa de la Ermita

Uno de esos vinos creados para la exportación que ha recibido puntuaciones estratosféricas en el influyente *The Wine Advocate* (esta cosecha en concreto 95+) y que ante la demanda del público español empieza a comercializarse también en nuestro país. La verdad es que teníamos muchas gamas de probarlo, pero no se piensen que es una bomba de potencia. El tinto que lleva el nombre del punto más alto del parque natural del Carche en Jumilla no seduce por su cor-

pulencia sino por su textura y profundidad frutal. La *monastrell* plantada en 1929 y 1930 se cría en roble americano y la mucho más joven *petit verdot* en roble francés. Picota granate. Complejo en nariz, fino, aromas de fruta en compota, especiados, retama y montebajo. Recuerdos de tabaco. Sabroso, de cuerpo medio pero llena la boca, aromático, fresco, frutal, equilibrado y con buena textura. Final rico con sensaciones gratas de fruta madura.

14,00 €    

50% Monastrell, 50% Petit Verdot  
13 meses en roble francés (50%) y americano (50%)  
14% vol.

## Pisarres 2006

Tinto, D.O.Q. Priorat

Costers del Priorat

Bodega de reciente fundación ubicada en Bellmunt del Priorat y que cuenta con un viñedo de 20 hectáreas con un buen patrimonio de cepas viejas de *garnacha* y *cariñena* a la que se añadieron hace 15 años las variedades foráneas habituales en la zona. Éste es su segundo vino, con una imagen muy elocuente y sencilla de la típica *llico-*

*rell* en la etiqueta. En la copa se nota un buen trabajo en viñedo y bodega. Negro apicotado. Cierta complejidad, fruta madura en sazón, aldehídos, barniz, hierbas aromáticas. Sabroso, equilibrado, maduro, goloso, grata calidez, buen peso de fruta, acidez viva, aromático y final balsámico marcado por un tanino de calidad

22,00 €    

55% Cariñena, 30% Garnacha,  
10% Cabernet Sauvignon,  
5% Syrah  
12 meses en roble francés  
14.5% vol.

## Quinta Alaude 2006

Tinto, V.T. Extremadura

Bodegas Alaude

Empiezan a llegarnos cosas interesantes de Extremadura (y más que están a punto de salir al mercado y de las que hablaremos algo más adelante). Alaude era el nombre que recibía la V legión romana, que supuestamente llevo la cultura del vino a Extremadura. Más allá de la historia, los dos vinos con los que se ha estrenado esta bodega sorprenden agradablemente. Éste

es el más sencillo, limpio, frutal, con agradable fruta de zarza. Además de su equilibrio, nos gusta que no esconde de dónde viene. Encandila por su sincera rusticidad. Cereza granate de media capa. Limpio en nariz, fruta roja (mora, arándano), nota vegetal y floral. Boca sabroso, equilibrado, maduro, tanino amable, cuerpo medio, afrutado y paso láctico.

5,00 €    

100% Tempranillo  
3 meses en barrica  
14% vol.

 Favorito  Descubrimiento  Compra recomendada

 Novedad  Buena relación calidad-precio  Mágnium  Disponibilidad limitada.

Precios aproximados de venta al público

29,00 €



100% Tinta del País  
20 meses en roble francés Allier  
14% vol.

## Viña Pedrosa Finca La Navilla 2005

Tinto, D.O. Ribera del Duero

Bodegas Hnos. Pérez Pascuas

Novedad en esta casa clásica de la Ribera. Es la segunda añada que sale al mercado (estará disponible a partir de noviembre) pero la primera que llega a nuestra mesa de cata. El vino procede de la finca que le da nombre, un terruño de especial carácter, situado a 844 metros de altitud, con orientación sudoeste y el "auténtico" clon de *tinto fino* injertado de los viejos viñedos de los Pérez Pascuas. Fresco, vibrante, con tani-

nos perfectamente maduros y larguísimo final. Más gratificante que los estilos que proliferan hoy en la zona en la barra de equilibrios de la madurez y con roble nuevo a discreción. Una bodega para redescubrir. Aromas tostados, fruta madura, ceniza, hojarasca, mineral, especias, infusión, retama. Sabroso, amplio, excelente acidez, elegante, vivo, amable, tanino dulce integrado. Final persistente. Gran textura.

7,00 €



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

## Viña Zaco 2005

Tinto, D.O.Ca. Rioja

Bodegas Bilbaínas

Versión moderna del Viña Zaco con etiqueta rompedora que sin duda chocará a los clientes tradicionales de la firma. A los escépticos les podemos decir que el intento no se queda en la superficie, ya que el vino resulta especialmente agradable y fácil de beber, con frescura, amabili-

dad y madurez, y sin el marcado peso de la crianza de otros tintos más tradicionales de la casa. Cereza intenso borde granate. Fruta roja en licor, pastelería, anisados, mucha madurez, nota complotada. Sabroso, ligero, fresco, amable, redondo, paso con notas de pastelería y final frutal.

8,50 €



100% Albariño  
12,5% vol.

## Zíos de Lusco

Blanco, D.O. Rías Baixas

A. Pazos de Lusco

Cambios en Lusco desde que los bercianos de Dominio de Tares entraran en el accionariado de la firma, entre ellos la aparición de esta nueva etiqueta a un precio inferior a la del afamado Lusco y con gran acierto en esta primera añada por su imbatible relación calidad-precio. Un albariño delicioso y con carácter por debajo de nueve euros de precio de venta al público, según nos informa la bodega. Y un comentario, si nos permiten. En la etiqueta figura la fecha de embotellado (2008) y en la contraetiqueta la añada real del vino (2007). Nos parece excelente que sepamos si una bodega tiene o no una

política de embotellado tardío con la *albariño* en tanto que esto suele ser sinónimo de mayor complejidad, pero debería explicarlo más claramente para evitar confusiones. ¿Por qué no poner por ejemplo: "Fecha de embotellado: mes y año", pero en tamaño inferior al de la añada y, por supuesto, en lugar menos destacado? Amarillo verdoso. Aroma con cierta complejidad varietal, fruta carnosa y de hueso. Toque anisado y aceituna negra. Sabroso, equilibrado, glicérico, frutal, graso paso de boca; fresco, aromático y final muy varietal con punta salina.

Los vinos para comprar, beber y guardar

## Blancos

No nos cansamos de traer verdejos a nuestras páginas. Y es que Rueda está en plena ebullición, con muchas firmas vinícolas de todo el país elaborando (en bodega propia o no) los blancos que más triunfan dentro y fuera de España gracias al argumento de su imbatible relación calidad-precio. Destaca entre ellos un Marqués de Riscal Limousin rejuvenecido que guarda muy bien los equilibrios entre fruta y madera. El Allende 2006 de Rioja son palabras mayores, un imprescindible para los amantes de los blancos que también podrán saciar su curiosidad de cosas nuevas con el original Sió mallorquín.

### Allende 2006

Blanco, D.O.Ca. Rioja

Finca Allende

16,00 €   

Este rioja es uno de los mejores blancos de España. Miquel Ángel de Gregorio se supera en cada nueva añada para ir un poco más allá en elegancia y complejidad. Producción limitada (pero no anecdótica) de 24.000 botellas a un precio más que asequible y con el arte de que la madera esté en el lugar preciso, para realzar y sin molestar. El vino, además, tiene características para evolucionar en botella; saber durante

cuánto tiempo queda en manos de la curiosidad y de la paciencia del consumidor, aunque dentro de unas cuantas añadas podríamos muy bien proponer una vertical y atinar más en este tema. Amarillo alimonado vivo. Fino y elegante, sutil, fruta cítrica (pomelo), fruta carnosa, ahumados, pipa de girasol. Sabroso, untuoso, graso, fresco, con volumen, seco, aromático, carnoso, elegante, fino e intenso. Muy persistente.

70% Viura, 30% Malvasía  
15 meses en roble nuevo francés de Allier  
13,5% vol.

### Basa 2007

Blanco, D.O. Rueda

Cía. de Vinos Telmo Rodríguez

7,00 €  

Excelente relación calidad-precio en este blanco de producción relativamente alta y con buena presencia en la exportación. Es el exponente más claro de la gama de vinos asequibles de Telmo Rodríguez, que elabora en numerosas zonas vinícolas. Esta añada nos ha

gustado especialmente por su carácter varietal e impecable elaboración. Amarillo pajizo verdoso. Franco en nariz, heno, fruta fresca, nota exótica y madura. Boca ligero, sabroso, fresco, aromático, vivo y final varietal con deje amargo.

100% Verdejo  
13% vol.

### Marqués de Riscal Limousin 2007

Blanco, D.O. Rueda

Vinos de los Herederos del Marqués de Riscal




13,50 €

Cambia de estilo el blanco más clásico que Riscal elabora en Rueda para anticipar notablemente su salida al mercado y ofrecer un aire más moderno, frutal y de gran viveza que insiste menos en la crianza en botella y se acerca más a otros blancos fermentados en

barrica de la zona. A tono con los nuevos tiempos. Amarillo verdoso. Fino en nariz, fruta blanca madura, tostados finos, hierbas aromáticas, presencia sutil de la madera. Boca seco, sabroso, grata calidez, equilibrado, varietal y con la madera bien integrada.

100% Verdejo  
6 meses en barrica  
13% vol.

 Favorito  Descubrimiento  Compra recomendada

 Novedad  Buena relación calidad-precio  Magnum  Disponibilidad limitada.

Precios aproximados de venta al público

5,50 € **D N**

100% Verdejo  
13% vol.

## Protos Verdejo 2007

Blanco, D.O. Rueda

Bodegas Protos

Tendremos que acostumbrarnos a ver marcas muy de "tintos" en etiquetas de vino blanco. Media Ribera del Duero se está apuntando a hacer blancos en Rueda y Protos es de los que ha entrado por la puerta grande, con bodega propia y buen nivel en sus primeras añadas. Ésta 2007 se caracteriza por su buen volu-

men en boca y vibrante acidez. Pajizo verdoso. Franco e intenso, fruta de hueso (melocotón), almíbar (piña), heno y toque anisado. Boca sabroso, fresco, aromático, buen equilibrio, con carnosidad y buen carácter frutal. Nota exótica y a frutos secos en final.

11,00 €

100% Verdejo  
13% vol.

## Quinta Apolonia 2007

Blanco, V.T. Castilla y León

Belondrade y Lurton

Segunda marca de Bleondrade y Lurton, gran referencia de calidad en Rueda que, no obstante, se comercializa bajo la designación de V.T. Castilla y León. La original y colorista etiqueta acompaña las sensaciones agradablemente frutales y glicéricas y caracterizan a esta añada. Por su

volumen en boca podría ser un excelente "vino de otoño". Amarillo verdoso. Limpio, aroma a fruta madura de hueso, infusión, toque anisado. Boca sabroso, graso, bien de acidez, con cierta estructura, amable y dulce en paso de boca y final con deje amargo característico de la variedad.

13,00 € **D N**

40% Prensal Blanc, 30% Viognier,  
20% Chardonnay,  
19% Chenin Blanc  
60% fermentado en barrica 6 meses  
13% vol.

## Sió 2007

Blanco, V.T. Mallorca

Bodegas Ribas

3.500 botellas no dan para mucho, pero cómo se agradece el empeño de esta bodega de ahondar en sus uvas autóctonas (en este caso la *prensal blanc*) y combinarlas con las foráneas. El viñedo mallorquín ofrece hoy una de las expresiones más originales de España y vinos como éste, que

afortunadamente resultan asequibles en precio, son soplos de aire fresco contra la monotonía. Amarillo verdoso. Limpio en nariz, fruta carnosa, anisados, hierbas aromáticas, con finura. Boca sabroso, untuoso a la vez que fresco, equilibrado, aromático y final maduro con punta carnosa.

## Calidad-precio

**Les proponemos cinco tintos por debajo de 10 euros para hacer frente a la crisis y no bajar el listón en sus compras. De orígenes diversos, para todos los gustos y sin renunciar a presentar algunos ejemplos de digna crianza en barrica. Nuestro consejo: descorche las opciones más jóvenes y fragantes para acompañar comidas más ligeras y platos sencillos y reserve los crianzas de lujo que les proponemos para las ocasiones especiales. Tienen la entidad suficiente como para no desentonar en la mesa.**

6,00 € **D**

100% Tempranillo  
14% vol.

## Ágora Maceración Tempranillo 2007

Tinto, D.O. Valdepeñas

Arúspide

Ya hace unos cuantos años que esta bodega de Valdepeñas fundada en 1999 nos regala con excelentes tintos jóvenes, de éstos que ofrecen buena cantidad de fruta limpia y definida y consiguen esa redondez y madurez en boca tan seductoras. Nada de astringencia, ni de

verdor, que son los puntos flacos habituales en este tipo de vinos. Picota violáceo. Aromas florales (violeta), fruta roja (mora), regaliz. Boca sabroso, frutal, fresco, agradable y con buen equilibrio. Buena persistencia frutal.

Los vinos para comprar, beber y guardar

## Códice 2006

Tinto, V.T. Castilla

Dominio de Eguren

4,00 €  

Los Eguren de los grandes tintos de Rioja (San Vicente, Amancio, La Nieta...) también elaboran modestos vinos de la tierra de precios casi irrisorios comprados con las etiquetas anteriores. Pero hasta estos vinos de andar por casa los bordean. La cosecha 2006 del Códice ofrece una increíble

relación calidad-precio. En estilo y pese a los seis meses de crianza, está más cerca de un vino joven de excelente factura. Picota granate. Fruta roja (mora, fresa, ciruela), vegetal fresco, nota floral (violeta). Boca sabroso, muy frutal, equilibrado, ligero, suave, amable y fresco.

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

## Marco Real Colección Privada Crianza 2005

Tinto, D.O. Navarra

Bodegas Marco Real

10,00 €    

Tintos como éste son los que deberían ayudar a relanzar la imagen de Navarra entre los consumidores, ya que reúne casi todo lo que de mejor puede dar la zona: una inteligente combinación de uvas locales y foráneas, una excelente relación calidad-precio y una elaboración cuidada.

Éste es de los que gusta a todos y se puede beber a discreción. Picota granate buena capa. Aromas balsámicos (mentolados), fruta roja, tostados, nota medicinal, chocolate. Fresco, sabroso, aromático, equilibrado, fluido y maduro. Amable y agradable de beber.

45% Tempranillo, 25% Merlot, 20% Cabernet Sauvignon, 10% Graciano  
12 meses en roble nuevo francés  
13% vol.

## Tilenus Roble 2006

Tinto, D.O. Bierzo

Bodegas Estefanía

7,50 €   

*Mencía* pura, sin complicaciones y accesible al bolsillo, ideal para tener un primer contacto con la variedad o simplemente para disfrutar de su carácter diferencial. Especialmente ligero, suave y fácil de beber. Les recomendamos tomarlo fres-

quito (15 grados). Granate rubí. Franco en nariz, aromas de fruta en licor, hierbas aromáticas, punto mineral, caramelo. Ligero, fresco, fluido, bien equilibrado, fácil de beber, suave paso y final vegetal fresco con recuerdos de fruta madura.

100% Mencía  
4 meses en roble francés  
14% vol.

## Valserrano Crianza 2005

Tinto, D.O.Ca. Rioja

Bodegas y Viñedos de la Marquesa

9,00 € 

Esta bodega muy solvente y fiable quizás no está tan frecuentemente en boca de los críticos como otras firmas de Rioja, pero su gama de vinos suele ser impecable. El crianza, por ejemplo, es una perfecta opción para consumir como vino de diario (o casi) a lo largo del año. Con una nariz fragante y original y un

agradable tacto sedoso en el paladar destaca deliciosamente entre los de su tipo. Cereza granate. Aromas de fruta roja madura, caramelo, vainilla, especiados (canela, nuez moscada), retama. Sabroso, goloso, ligero, con buen equilibrio, redondo, buena textura y final con nota balsámica.

90% Tempranillo, 10% Mazuelo  
16 meses en roble americano (60%) y francés (40%)  
13,5% vol.



### 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



### 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



# convertimos reservas en grandes reservas

Ahora, cada vez que disfruta de un reserva en TodoVino, **acumula puntos** que puede canjear por grandes reservas de **vuelos, noches de hotel y alquiler de coches.**

Por ello, si aún no es titular de Iberia Plus, hágalo hoy mismo y, además, tendrá **acceso a una cuidada selección** de vinos realizada por expertos catadores.

Resérvese un momento y regístrese entrando en **[www.iberia.com](http://www.iberia.com).**



Gane puntos volando con una de las primeras redes mundiales. **oneworld**