Los blancos dulces del verano

Los días apacibles y templados del verano, en la quinta, en la playa o donde estemos disfrutando de unos días de descanso, son ideales para saborear estos ricos vinos donde el balance de acidez y azúcar es clave para determinar su frescura y "amabilidad".

Estos vinos, que podríamos calificar como únicos, sin entrar en falsas alabanzas, merecen ser difundidos para que el consumidor entienda sus cualidades intrínsecas, y de esa manera de ser poco habituales en la mesa cotidiana pasen a tener interesantes maridajes con algunos alimentos que los tornarán super interesantes.

La raíz de origen de estos vinos llamados dulces, generosos, licorosos etc, son los denominados vinos de sauternes, los eiswein (vinos de la nieve), los jereces y oportos, los tokaj, los málaga, los malvasía, moscateles y fondillones, vendimias tardías de Alsacia, los Pedro Gimenez de Montilla-Moriles, moscateles de Setúbal y por supuesto una gama importante de vinos alemanes.

En nuestro país, básicamente en los últimos años, han surgido productos novedosos y muy atractivos, correctamente elaborados, que buscan seducir por su frescura y notable equilibrio de acidez azúcar.

Prestigiosas firmas como Flia. Zuccardi, Norton, Bianchi, La Rural, Viña Amalia, Luigi Bosca, Weinert entre otros, elaboran productos de un estilo muy refinado y particular, donde ya sea por la utilización de diferentes variedades de uva, por la época en que se realiza la cosecha o por el mecanismo usado para cortar la fermentación, se logran estilos de vinos con sabores de singular particularidad.

Consecuentemente, en un marco económico más propicio y con el crecimiento sostenido de su enología, Argentina ha sido convocada a participar con sus productos de gran calidad en el Salón Internacional de los Vinos Nobles (generosos, licorosos y dulces especiales) encuentro que se realizará en la ciudad española de Jerez de la Frontera en el mes de mayo de 2004.

La propuesta conlleva a enfrentar un nuevo desafío para nuestra vitivinicultura. A la ya consagrada calidad de los vinos en el plano nacional e internacional se suma ahora esta importante posibilidad para un segmento de productos que no ha encontrado todavía una respuesta en el mercado interno, pero que sin dudas podrá abrir un nuevo e importante camino en los mercados del exterior.

Los vinos llamados dulces, por sus características, son una interesante propuesta para ser bebidos acompañando algunos quesos de sabor amargo como los azules, las frutas secas y ciertos postres semi ácidos, helados y algunas frutas que encontramos en gustosas ensaladas.

Al no existir un hábito de consumo tan marcado, una acción relevante sería realizar estos maridajes con degustaciones de los productos, acompañadas con charlas explicativas con el fin de lograr que un consumidor ávido en propuestas novedosas se integre a su consumo.

Esto lo propongo con la convicción que me da mi experiencia personal, donde luego de muchos años en la docencia del vino y trabajando con este tipo de productos, además de los generosos como los jereces, sauternes y oportos, he podido comprobar la seducción que siente el público al conocer su origen, elaboración, crianza, cuidados, etc.

Recordemos la evolución de los vinos espumosos, ahora de consumo permanente a lo largo del año, de los vinos tintos y blancos frutados conquistando a la juventud, de la mujer integrada al consumo y a la compra de los vinos en supermercados y vinotecas... no habrá llegado el momento de promocionar acertadamente a este tipo de productos?

ING. AGR. RICARDO IANNE

Por ING. AGR. RICARDO IANNE

Dégorgemet o degollado del champaña

El champaña, emblemática bebida de reyes, resulta ser más allá de sus títulos nobiliarios un producto exultante, divertido, chispeante, pero a la vez íntimo para acompañar esos grandes momentos de la vida. Con todos estos atributos a cuesta, ¿es sencilla su obtención?

Como cualquier otro vino requiere dedicación, paciencia y esmero. En su elaboración se viven momentos críticos donde el enólogo pone su conocimiento, experiencia y práctica para lograr un producto que nos brinde placer. Una de esas etapas críticas es el llamado degüello de la botella. Un antes y un después en la vida de un champaña.

Antes de este paso el vino, que está encerrado en su botella durante varios meses con la protección de la tapa corona metálica, carece totalmente de oxígeno. Las levaduras incorporadas en su interior rápidamente van ingiriendo todo el oxígeno presente en el medio.

Para la crianza normal y evolución de cualquier producto es necesaria la presencia de pequeñas cantidades de oxígeno, por lo tanto el vino dentro de esta botella de champaña tiene todas las posibilidades de mantenerse fresco y joven por mucho tiempo.

También es importante considerar que el vino en esta etapa está en contacto con sus lías, sedimento de las levaduras. A medida que las células de las levaduras se desintegran y dejan de entregar gradualmente aromas que recuerdan a pan tostado, aquel comienza a ganar en complejidad.

Nadie sabe con exactitud por cuanto tiempo las levaduras continuarán su acción benéfica en la entrega de sabor. Acerca de este tema hay muy pocos trabajos de investigación realizados. En los primeros años las levaduras tienen mucho que dar y luego decaen en su labor, lo cierto es que pueden actuar por décadas, hasta 30 o 40 años.

La opinión de algunos técnicos consultados es que luego de diez años disminuye el aporte que aquellas pueden dar.

Entramos ahora en esa etapa "bisagra", que se llama degollado. Según algunos

expertos el degollado es como una cirugía de corazón. Consiste en la extracción de la tapa corona y de las levaduras, que se han congelado en el pico de la botella, y la posterior inclusión del llamado licor final o de expedición previo al encorchado definitivo.

En esta nueva etapa va a entrar oxígeno, azúcar y un poco de vino base. El producto comenzará entonces otra nueva etapa de crianza similar a la de los otros vinos tranquilos (sin burbujas).

De todo este mundo fascinante del champaña: ¿que información dispone el consumidor con respecto a lo ocurrido en cada botella?

Recordemos algunos de los estilos de producto en el mercado nacional e internacional. Si observamos una botella de champagne o champaña non vintage (sin añada) no existe ningún dato a la vista. ¿Cómo sabemos entonces su antigüedad?

Se puede reconocer por el estilo de la marca, que cantidad de aromas a levaduras típicamente presenta por su estadía sobre borras. Por otro lado no hay manera de predecir cuanto tiempo atrás fue degollado ni cuanto tiempo fue añejado luego de ese paso trascendental.

Con el champagne vintage (con indicación de añada) el consumidor tiene un dato cierto, como un piso de seguridad en especial si es una añada que se encuentra masivamente en el mercado en ese momento para ese producto. Pero tampoco eso es garantía.

En Francia, su región de origen, hoy muchas casas champañeras llegan a confirmar para una añada especial hasta seis grupos de productos que difieren en el momento del degollado, el que puede hacerse entre los 18 meses y 24 meses de comenzada la segunda fermentación en la botella. Los grupos más tardíos, que han tenido más tiempo sobre las borras, tenderán a tener gusto a bizcocho o pan tostado.

Muchos técnicos de aquella zona francesa opinan que todos los productos deberían ser degollados en la misma época. Tener dos botellas del mismo año que sean diferentes a la hora de probar es una sutileza que puede confundir mucho al consumidor. Muchas veces, según esos mismos técnicos, la excesiva información puede inclusive molestar al comprador.

Otros sostienen que cualquier diferencia en la degustación entre los diferentes grupos de una misma añada se podría detectar solamente en el corto plazo. Si se degustan hoy dos botellas del mismo champaña, una degollado seis meses atrás y la otra doce meses atrás, se podrá encontrar una diferencia. Pero si se guardan esas botellas por otros cinco años, probablemente esa diferencia quede totalmente enmascarada.

La polémica sobre el tema queda abierta. Lo cierto es que el público necesita saber cada vez más sobre el producto que prueba. Quizás esto no ocurra con el consumidor ocasional, pero sí con aquel que es referente en sus grupos, que se ha interesado por el vino y su apreciación.

Necesariamente las bodegas deben comenzar a prestar más atención al degollado del champaña.