



Tu sumiller particular.
17 May 2007

Esté al día de los mejores vinos y consiga puntos.

Solicite su adhesión al Club TodoVino y aproveche las ventajas exclusivas reservadas a los titulares de Iberia Plus

Club Iberia Plus

Mi Carrito   UK

Quienes somos  Contáctanos

BUSCADOR

[+] [Buscar](#)
[Buscador Avanzado](#)
IBERIA PLUS

Promoción Iberia Plus



[+] [Más](#)

EL CLUB

- [Presentación](#)
- [Solicitud de Adhesión](#)
- [Preguntas Frecuentes](#)
- [Condiciones de Venta](#)
- [Selecciones Mensuales](#)
- [Selecciones Privadas](#)

[+] [Házte socio](#)

EL FORO

Últimos mensajes

- [¿COMO MONTAR BODEGA?](#)
155 respuestas (Foro General)
- [Últimos descubrimientos](#)
160 respuestas (Foro General)
- [fermentador artesanal](#)
26 respuestas (Foro General)
- [Vinos favoritos por relación calidad-precio..](#)
371 respuestas (Foro General)

[+] [Más](#)

NEWSLETTER

[Suscríbete a nuestra newsletter](#)

Recibe nuestras novedades por email

[+] [Suscríbete](#)

La Revista de TodoVino

Aceites con "alma" de vino

Amaya Cervera

Algunos de nuestros elaboradores de vinos más punteros tienen desde hace algún tiempo una segunda pasión: el aceite de oliva virgen extra. Y no sólo eso: han contribuido a revolucionar la forma en la que se produce en España el zumo de la aceituna. No es tan extraño si se piensa que ya recorrieron el mismo camino entre viñedos y barricas.

Carlos Falcó, marqués de Griñón y propietario de la bodega Dominio de Valdepusa, sueña con alcanzar los 1.000 gramos/litro de polifenoles (ahora se mueve en los 500 grs./l.). Y Agustín Santolaya, cabeza visible de una de las bodegas riojanas más punteras, Roda, está obsesionado con las texturas fluidas y aterciopeladas en boca, sinónimo de finura y elegancia. Sin embargo, en este caso la conversación no gira en torno al vino.



Tanto Falcó como Santolaya constituyen ejemplos punteros de pioneros del vino que han aplicado sus conocimientos y experiencias para conseguir algunos de los aceites de oliva (virgen extra, por supuesto) más importantes de España y capaces de competir en igualdad de condiciones con los más demandados del mundo: los exclusivos embotellados procedentes de la Toscana italiana.

Literalmente "enganchados" con este otro cultivo mediterráneo, catan sus productos en las mismas copas de fino cristal que sus vinos, utilizan vidrios oscuros para proteger sus aceites de la luz y especifican en la etiqueta la fecha de cosecha o recolección (mucho más certera que la de envasado), las variedades de aceituna empleadas o incluso detallan sus características organolépticas.

Dos mundos paralelos

Sus aceites huelen a tomate, frutas (manzana, pera, plátano), verduras (alcachofa), hierbas de monte, frutos secos... Cualquier aficionado al vino podría escribir sin demasiado esfuerzo una ficha de cata sobre estos productos nítidos, intensos y fragantes.

Los más exigentes, de hecho, ya se han rendido frente a los encantos del aceite de oliva virgen extra. Que un importador de vinos tan refinado como la compañía norteamericana The Rare Wine Co. con sede en California dedique anualmente una *newsletter* a los mejores aceites toscanos con sus expertos seleccionando *in situ* prensadas concretas y realizando profusas descripciones con continuas alusiones al vino puede ser un buen indicio de cuál podría ser el siguiente *boom* en las mesas de los sibaritas de medio mundo.

O al menos demuestra que los amantes del vino no sólo son especialmente sensibles a la hora de apreciar las cualidades organolépticas de los nuevos aceites de calidad, sino que están dispuestos a escuchar sus "historias" (las de los olivares, las fincas, los productores...) y a conocer cuáles son las prácticas clave para obtener la máxima calidad.



Carlos Falcó

Los propios elaboradores, primero de vino y ahora también de aceite, acaban recorriendo caminos parejos respecto a estos dos cultivos que han crecido tradicionalmente uno junto al otro en todo el entorno mediterráneo.

Cuando Carlos Falcó se planteó hacer vinos de calidad, miró hacia Burdeos y trabajó con sus mejores enólogos: primero Peynaud y luego Michel Rolland. Y en la viña solicitó el asesoramiento del consultor más demandado: Richard Smart.

En el aceite no iba a ser menos: se fue a Toscana a conocer sus caros y escasos productos *boutique*. "Aquí se vive sobre todo del viñedo –explica– y el aceite de oliva es el producto exquisito que se valora especialmente; el precio siempre era cuatro o cinco veces el de España y el ambiente me recordaba a las reuniones de los pequeños productores de Borgoña en las que siempre se habla del *terroir*".

En Toscana buscó el asesoramiento de su oleólogo más reputado, Marco Mugelli, que ocasionalmente cambia las bellas colinas de esta región italiana por el paisaje más agreste de los Montes de Toledo, paradójicamente con más tradición de olivo que de viña. Fruto de esta colaboración se creó un prototipo de almazara de nueva generación diseñada por el propio Mugelli que daba sentido a toda una nueva filosofía de trabajo con la aceituna.

La experiencia de Agustín Santolaya, director de la bodega riojana Roda, con los aceites Dauro que se elaboran en sendas fincas de Empordà y Mallorca fue la de diseñarlos "como si fueran un vino". La página web de esta firma (<http://www.roda.es/castellano/dauro.htm>) está plagada de información clara y valiosa sobre los conceptos que están detrás de estas nuevas elaboraciones.



Agustín Santolaya

Santolaya cata en copa de vino transparente valorando el aspecto, la tonalidad y la untuosidad del aceite a diferencia de la cata técnica que se realiza en copas azules previamente calentadas en una yogurtera y que está más enfocada a captar defectos.

La cata hedonística que usted practica habitualmente puede trasladarse con escasas variaciones al mundo del aceite en el que también hay aromas más sutiles y pesados, familias aromáticas (Santolaya habla de verdes, frutales, verduras, químicas, frutos secos, minerales o hierbas aromáticas) y textura, equilibrios y postgusto en boca.

"Nuestros aceites –insiste Agustín– son frutales y acariciantes. No me gusta lo agresivo, ni en el vino, ni en el aceite; sí me gusta en cambio la visión hedonista, la sedosidad, la longitud, el volumen y el perfil sutil". Todos estos adjetivos podrían encajar perfectamente en la descripción de un Roda o de su máxima cumbre estilística: el muy caro y escaso Cirsion. La obsesión de esta bodega por conseguir unos taninos totalmente maduros y acariciantes, clave de unos tintos más elegantes, se traslada en igual medida al mundo del aceite para crear un estilo propio que les distingue de muchos otros elaboradores que integran las sensaciones picantes y amargas como elementos habituales en sus productos de calidad.



Las claves de un buen aceite

Salvando las distancias (hablamos de un zumo en el caso del aceite frente una compleja transformación, la del azúcar de la uva en alcohol, en el vino), el "abc" de calidad del aceite de oliva se asienta sobre una serie de pilares básicos, muchos de ellos compartidos con el vino.

El más importante es el momento de la recolección, que no se decide precisamente mediante la cata de aceitunas. Simplemente se realiza una mini-elaboración a partir de un par de kilos de aceitunas



de distintas fincas y parcelas. Cuando el aceite resultante es el que busca el elaborador, se procede a una recogida que, en el caso de los productos de más calidad, suele ser más temprana de la realizada habitualmente en los olivares españoles.

Si la cercanía del viñedo a la bodega siempre se ha valorado como un plus en el mundo del vino, en el caso de la aceituna –aquí la batalla contra la oxidación es más dramática si cabe– resulta de vital importancia. Los elaboradores llegan a hablar de incluso sólo dos horas de diferencia entre la recogida y el tratamiento en la almazara.

Y todo el trabajo posterior está orientado a contrarrestar la oxidación. En este sentido el uso de nitrógeno, habitual en el vino en las maceraciones prefermentativas resulta perfectamente natural en el trabajo con la aceituna. Lo mismo ocurre con el control de temperatura y otros aspectos de la elaboración.

“Nuestra prioridad –recalca Carlos Falcó– está en la almazara. Porque un aceite oxidado no expresa nada”. Y Agustín Santolaya afirma que el panel de cata de Dauro es capaz de detectar un aceite elaborado con aceitunas que han esperado más de 10-12 horas en entrar en la almazara. Gran parte de los trabajos de investigación que se realizan en la actualidad están orientados al diseño de molinos y batidoras que permitan extraer el zumo de la aceituna en una atmósfera lo más “protectora” posible.

Por eso el concepto de “pago”, en el sentido de aunar el cultivo con la elaboración y hacerlo lo más próximo posible, tiene su importancia en el mundo del aceite. Es uno de los mensajes clave que intenta transmitir la asociación Grandes Pagos del Olivar, formada por Marqués de Griñón, Dauro, Marqués de Valdueza, Abbae de Queiles y La Boella, y cuya principal preocupación en este momento consiste en divulgar los presupuestos básicos de calidad del aceite de oliva.

La segunda parte del argumento cualitativo son los bajos rendimientos en la extracción, una práctica que según Santolaya ya figuraba en la obra de escritores romanos como Columela o Catón el Viejo. Este punto está asociado también al de una cosecha temprana. Cuanto antes se recolecta la aceituna, menos zumo podrá extraerse de ella. La diferencia está entre el 20% del fruto que se obtiene como práctica habitual y los rendimientos de apenas un 12 o 15% de los elaboradores más comprometidos con la calidad.

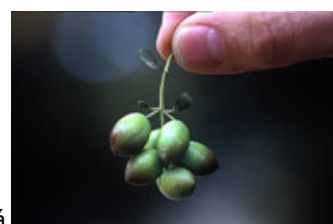


Del aceite al vino

A partir de ahí queda todo un mundo por investigar y desarrollar en el que no es descabellado esperar una transformación similar a la vivida por el vino en las últimas dos décadas. Quizás por eso para muchas bodegas la producción de aceite resulta un paso natural, casi obvio; más aún teniendo en cuenta la proximidad de ambos cultivos en la mayor parte de nuestra geografía. En la lista figuran ya nombres emblemáticos del vino como Arzuaga, Miguel Torres, Castillo de Perelada, Tagonius, Olarra o Can Ràfols del Caus.

Y hasta estamos asistiendo a un fenómeno inverso en el que se pasa del aceite al vino. Un ejemplo claro en este sentido es Marqués de Valdueza. La firma, que se dio a conocer internacionalmente con sus aceites de calidad, trabaja en la actualidad en un proyecto vinícola en su finca de Extremadura. Está previsto que lance su primer vino en la segunda mitad de 2008 a partir de un *coupage* de *cabernet*, *merlot* y *syrah* que cuenta con la asesoría del francés Dominique Roujou de Boube.

Para Fadrique Álvarez de Toledo, propietario de Marqués de Valdueza y miembro del grupo de Grandes Pagos de España, “ambos productos están centrados en el mundo de los aromas y de los sentidos. Pero en el vino tuvo lugar hace 20 años una revolución en cuanto a su producción y a su acercamiento al consumidor final y en el mundo del aceite de oliva virgen extra, dicha revolución se está produciendo ahora”.



Un camino muy similar ha emprendido José Baiges en La Boella (Tarragona), que presentará su primer vino joven el próximo año y el primer crianza en 2009, en esta ocasión a partir de *cabernet*, *merlot* y *monastrell*; vinos que estarán acogidos a la D.O. Tarragona. En ambos productos practica "un control de campo exhaustivo, disminución del tiempo entre cosecha y elaboración, establecimiento de los momentos óptimos de cosecha de cada parcela y trazabilidad y dotación tanto de la bodega como de la almazara de las más modernas técnicas de transformación" La idea de Baiges, por otro lado, es que "al ser ambos productos *delicatessen* podrán comercializarse a través del mismo canal".

Algunas limitaciones

Sin embargo, nadie espera un camino fácil. En un especial sobre aceites de calidad publicado hace un par de años por la publicación *Gambero Rosso*, gran referencia gastronómica y vinícola italiana, Giulio Scatolini, jefe del comité de cata de los aceites de la denominación Umbria señalaba que "entre el aceite y el vino hay analogías profundas, pero también grandes diferencias. El aceite se debe consumir al cabo de un año y esto condiciona toda su estrategia de marketing y comercialización".

Para Fadrique Álvarez de Toledo, "el consumidor va distinguiendo cada vez más entre distintas marcas, variedades de aceitunas, etc. y aún se debe evolucionar más. Depende de la labor de los medios de comunicación y de prescriptores como los cocineros que ya empiezan a distinguir entre distintos tipos de aceite".

En este punto no hay que olvidar un dato importante. Como recuerda Carlos Falcó, "el 80% del aceite que se consume en España es frito, mientras que en Italia ocurre justo al revés". Ciertamente, el calor lleva a una inevitable pérdida de propiedades organolépticas y, desde luego, no es la situación óptima para disfrutar de un virgen extra al cien por cien.



Por eso, nuevamente, la educación del consumidor y la transmisión de una serie de pautas y conceptos básicos de calidad resultan de vital importancia. Firmas como Roda-Dauro vuelven a aportar luz en este sentido, dando pautas concretas en su página web para el consumo de aceite a distintas temperaturas.

El especial de *Gambero Rosso* al que aludíamos era rico en 'peros' al desarrollo del sector del aceite de oliva virgen extra en niveles similares al del vino. Uno de los grandes obstáculos en este planteamiento era el hecho de que en el vino las motivaciones de compra son más de tipo hedonístico y social, mientras que en el aceite son de salud y nutricionales.

Sin embargo, ¿habrá mejor destinatario para los nuevos aceites que un consumidor con un paladar que valora especialmente las sensaciones placenteras y perfectamente formado en la complejidad aromática y gustativa del vino?

Fecha de publicación: **16 de mayo de 2007**