todovino.com

la Revista

AÑO II. Nº 16 junio 2007

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

Aceites con "alma" de vino

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.

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.

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.

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 los 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 Bages, 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?