

150 años

Bodega Los Cerros de San Juan



Para festejar: un libro y un vino especial

En los salones del Palacio Santos, sede del Ministerio de Relaciones Exteriores, Bodega Los Cerros de San Juan S.A., Monumento Histórico del Uruguay, conmemoró su 150 Aniversario.

Para celebrar, lanzó el libro "Los Cerros de San Juan. 150 años de historia uruguaya", y el vino Celebración 150, especialmente diseñado para rendir homenaje a este hito histórico.

El libro, que ya está a la venta en las principales librerías, cuenta con las firmas de Carlos Altezor, Alcides Beretta Curi, Jorge Caggiani, Estela de Frutos, Milton Fornaro, Hugo García Robles, Mario Mazzeo, Angélica Vitale Parra y Alfonso Zorrilla. "Los Cerros de San Juan. 150 años de historia uruguaya", con ilustraciones a todo color, reconstruye el extenso período que se inició a mediados del siglo XIX y continúa con toda pujanza proyectándose al futuro.

El vino Celebración 150 es una Gran Cuvée, cosecha 1997, de dos variedades emblemáticas del establecimiento, Tannat y Cabernet Sauvignon, las más antiguas, representativas y de alta expresión. Este gran reserva nació en marzo de 1997 y vivió sus dos primeros años en barricas nuevas de roble francés. Desde 1999 habitó la botella que lo contiene, hasta ver la luz en 2004. Su tapón original de corcho natural de primera calidad fue cambiado en mayo de 2003, para asegurar la larga vida que augura este vino.

Con el espíritu de avance que los caracteriza, la familia Terra, lanzó al mercado dos nuevos varietales, con el sello indiscutible de Los Cerros de San Juan.



Lahusen – Gewürztraminer 2006

Como homenaje a la Familia Lahusen, fundadora del Establecimiento los Cerros de San Juan en 1854, la familia Terra (hoy propietaria del viñedo) desarrolló en el 2004 un vino elaborado en base a la variedad de uva alsaciana Gewürztraminer, un vino de "estilo alemán", como los predecesores de estas tierras.

Presentado en botella flauta y moderna etiqueta, este vino fue lanzado para los 150 años de la bodega, como vino joven del año de gran expresión aromática y agradable presencia en boca, de amplia aplicación gastronómica.

Este varietal es cosechado en Los Cerros de San Juan desde comienzos del siglo XX, puesto que viajó con la familia Lahusen cuando emigraron de Bremen (Alemania), pero recién a partir de 1989 se presentó al mercado bajo la marca "Traminer".

La nueva cosecha 2006, se caracteriza por ser muy floral en su expresión aromática, fresco, dulce a los labios y perdurable. Se bebe frío -10 °C-, abre la comida y la acompaña.

Espumoso Natural Rose Pinot Noir 2004

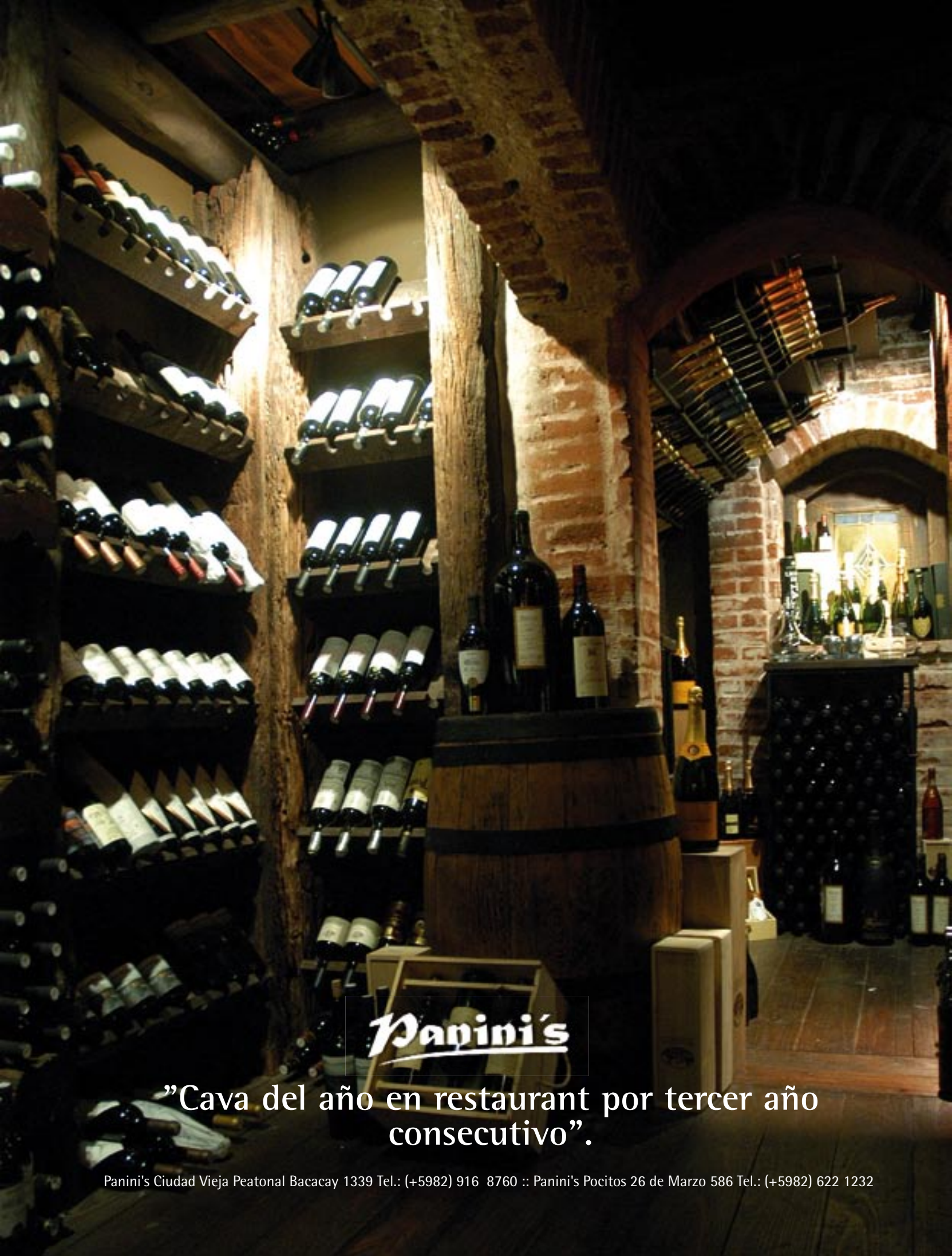
Para los Cerros de San Juan, el Espumoso Natural Rose nace como su primer cosecha de champagne rosado, un espumante de alta calidad, superior y único.

El desarrollo de este producto estuvo a cargo de los reconocidos enólogos, Estela de Frutos y el argentino Juan Carlos Rodríguez Villa (asesor de Los Cerros de San Juan), quienes seleccionaron del varietal Pinot Noir (portado por los Lahusen desde Alemania a fines del siglo XIX), la cosecha del año 2004.

Ideal para acompañar un gran abanico gastronómico, como aperitivo con canapés y sándwiches; con la cena o el almuerzo con carnes, pastas, pescados, quesos, charcutería fina y patés; o, a la hora del postre con chocolate o tartas de fruta.

De producción limitada, este espumoso se venderá exclusivamente en tiendas de vinos.





Panini's

”Cava del año en restaurant por tercer año consecutivo”.

Novedades

Novedades

Turismo Enológico de interés Nacional

El 5 de enero de 2007 fue finalmente aprobado por el Poder Ejecutivo el decreto N° 18.088, que fuera firmado por el Senado y la Cámara de Representantes de la República Oriental del Uruguay, reunidos en Asamblea General, el pasado 20 de diciembre de 2006. En el mismo se declara al Turismo Enológico de interés turístico nacional, y se designa como "Día de la Vendimia", el segundo sábado de marzo de cada año. Del mismo modo, otorga la organización de la Fiesta Nacional de la Vendimia a una comisión nombrada por el Consejo del Instituto Nacional de Vitivinicultura (INAVI), y establece a la ciudad de Las Piedras como sede de su desfile inaugural, a realizarse luego de electa la Reina Nacional.

Cuvée Castelar

Entre los 24 mejores del mundo

El espumoso Cuvée Castelar Extra Brut de Establecimiento Juanicó consiguió en el 2006 la medalla de Oro en el prestigioso concurso internacional Effervescents-du-Monde, mayor galardón entregado por la organización. Cuvée Castelar Extra Brut es hoy, uno de los mejores 24 vinos espumosos del mundo y el único que se puede adquirir en nuestro país. El reconocido concurso Effervescents-du-Monde, fue realizado en Dijon, Francia (Borgoña) los pasados 9 y 10 de noviembre de 2006. Este certamen analiza cualitativa y estrictamente más de 340 espumantes de más de 20 países, con un panel de más de 30 expertos franceses y otros tantos del resto del mundo, siguiendo las reglas de las competencias internacionales de vinos (ENO 2/94) y con estricta aplicación de la ISO 9002 de Aseguramiento de Calidad. En 2004 y 2005, Cuvée Castelar obtuvo medalla de plata, hoy Juanicó no solo repite la hazaña de colocar un espumoso uruguayo en el escenario mundial, sino que lo corona como El Mejor, junto a ejemplares de Australia, Brasil, España, Alemania, Italia, Suiza y por supuesto, Francia. Más información: www.effervescents-du-monde.com / www.juanico.com.



Viento en popa para Juanicó

Es costumbre ofrendar un buen vino junto a la botadura de un barco para augurarle buenos vientos... para ello Establecimiento Juanicó invitó a los principales restaurantes de Punta del Este a descorchar los nuevos Don Pascual sobre el Velero Escuela Capitán Miranda como presagio de una fantástica temporada.

Ysern

Cabernet – Cabernet 2004 de Bodegas Carrau

Resultado del estudio que lleva adelante la familia Carrau desde hace más de tres décadas, la bodega creó un nuevo exponente de su línea, creado con las uvas de sus viñedos en Las Violetas –Canelones- y Cerro Chapeu –Rivera-, obteniendo Ysern, un Cabernet Sauvignon de alta expresión y calidad. Compuesto por un 60% de Cerro Chapeu y un 40% de Las Violetas, este vino debe su nombre a Margarita Ysern, quien se casara en 1680 con Jaime Carrau en Cataluña, España. Según cuenta la historia, ella fue de gran influencia para que la familia Carrau, hasta entonces de tradición naviera, volcara a principios de 1700, sus intereses hacia la viticultura. Con alta concentración varietal y vinificaciones separadas en las dos bodegas, este Cabernet fue criado en 38 barricas de roble francés de segundo vino durante 15 meses y embotellado el 8 de setiembre de 2005. Luego de esta espera, Ysern se encuentra finalmente en su justa madurez para expresar toda la elegancia y complejidad de su estilo, presentando además un gran potencial para los próximos 5 años. Se recomienda maridarlo con pastas, carnes magras suaves y todo tipo de vegetales horneados, y servir a 18° en copas de gran tamaño.



Diccionario del Beber

Atole y Champurrado

Bebida popular mejicana de origen prehispánico. En su forma original era una cocción azucarada de harina de maíz en agua, en proporciones tales que al final de la cocción el resultado tenga una moderada viscosidad. Es muy común que sea condimentada antes de la cocción con especias aromáticas (cacao, vainilla, canela) y otros saborizantes (jugo de frutas dulces, leche).

El champurrado es una variación del atole hecha a base de masa de maíz, chocolate y leche o agua con un toque de canela.

Cachaça

El aguardiente Cachaça, es la bebida más típica de Brasil. Se elabora a partir de la fermentación del jugo de la caña de azúcar (llamado melaza), posteriormente destilado en alambiques tradicionales llegando así a obtener un aguardiente que será embotellado o conservado en madera. En el siglo XVI los portugueses llevaron la caña de azúcar al Brasil, y gracias al clima favorable el producto se convirtió en la base de la economía brasilera hasta el siglo XX. El antecesor de la Cachaça era un líquido fermentado que tomaban los esclavos en las plantaciones de caña de azúcar que respondía al nombre de cagaça. En Brasil existen más de 4.000 marcas diferentes. La cachaça artesanal es producida por miles de pequeños productores, siendo considerados como los mejores los del estado de Minas Gerais. La cachaça industrial es elaborada por medianos y grandes productores principalmente ubicados en las afueras de San Pablo. Su graduación alcohólica llega a los 40 grados.

Caldo de caña

El caldo de caña es una bebida tradicional del Brasil proveniente de las cañas de la zona de Cacapava. La época en la que más se vende y aparecen más carritos ambulantes, es de noviembre a abril, por el calor del verano.

El caldo de caña se vende de tres formas distintas: solo, con jugo de ananá (abacaxi) o con jugo de lima.

Caipiriña

La caipirinha o caipiriña es una bebida alcohólica (cóctel) de sabor consistente, elaborada a base de cachaça, limones, azúcar y hielo. Para la preparación de un vaso de la bebida se corta un limón sin pelarlo, en trozos de tamaño mediano, después se le añaden una o dos cucharadas de azúcar blanca o refinada, los trozos del limón son livianamente exprimidos, generalmente con un mortero. Después se le vierte a la mezcla el hielo previamente despedazado en trocitos o cubitos, entre 20-50 ml. de cachaça y se agita. La bebida se sirve en vasos. Debido a que la bebida se ha popularizado en casi todo el mundo, existen diferentes variantes de la misma. En algunas partes se prepara con azúcar morena en vez de blanca y, a veces, se sustituye la cachaça por el vodka, tomando entonces el nombre de caipiroshka, o por el ron, en cuyo caso se le conoce como caipirissi.

Fernet cola

Bebida italiana a base de hierbas. Fernet es un licor amargo producido de hierbas mediterráneas, son 14 las hierbas utilizadas, y la que más predomina es la genciana, que le da ese típico sabor amargo. Se añaden también manzanilla y cáscaras de naranja. Maceradas en alcohol, filtradas y añejadas en grandes cubas y toneles de roble de Eslovenia. Este trago posee una deliciosa simpleza solo o combinando con una bebida cola, consiguiendo una bebida refrescante y divertida, típicamente argentina.

Gin

Ingleses y holandeses compiten en la autoría de este spirit viril, adusto e incoloro. Lo que es cierto es que hay tres tipos: el holandés, la ginebra, y el gin inglés. El gin se produce a través de un aguardiente de cereal neutro y se redestila con varios aromatizantes, llamados botánicos. Cada casa tiene sus propios y secretos botánicos, que diferencian a un gin de otro. Pero siempre el enebro es el ingrediente esencial.



Cuando el terruño define...

Texto y foto: Daniel Arraspide (Sommelier)

El tannat, nuestro vino insignia, bajo la lupa de los enólogos más representativos de la vitivinicultura de la región.



Durante el 27 y hasta el 30 de noviembre pasado se llevó a cabo el segundo concurso TANNAT AL MUNDO, convocado por la Asociación de Enólogos del Uruguay, con el aval de la Organización Internacional de la Viña y el Vino, y el apoyo técnico de INAVI.

En esta oportunidad, a diferencia de la anterior edición 2004, el concurso adquirió carácter internacional, pudiendo participar del mismo bodegas uruguayas y extranjeras que elaboran la variedad tannat, tanto en su forma varietal, o como parte de algún corte con otras cepas, siendo el tannat la principal.

La respuesta a la convocatoria fue buena, y dentro de los países participantes encontramos a Brasil, Argentina, y Perú. De todas formas, de un total de 125 muestras, el 90 % correspondía a vinos nacionales. Lamentablemente no se presentaron a concurso productores de la zona

de donde es originario el tannat: Madiran (suroeste de Francia).

El panel de catadores, integrado solo por enólogos trabajó arduamente durante dos días, encargándose de calificar, mediante una evaluación a ciegas las muestras presentadas.

Los vinos que obtuvieron puntuación más alta fueron quienes recibieron las correspondientes premiaciones, divididos en dos categorías: TERRUÑO DE PLATA, y TERRUÑO DE ORO.

Fueron 26 los vinos que calificaron para TERRUÑO DE PLATA, de los cuales 24 correspondían a vinos nacionales, 1 a un vino brasileño, y otro a un vino argentino.

En el caso de TERRUÑO DE ORO, el mayor galardón posible en este concurso; de un total de 12 vinos premiados, 11 fueron nacionales y el restante brasileño.

Cave destacar que si bien la participación de productores del exterior fue bastante acotada con respecto al número de participantes nacionales, también a nuestros vecinos más próximos el tannat les está dando relativas satisfacciones. Sin embargo, todavía se la puede considerar una variedad un tanto experimental o nueva para ellos.

En Uruguay se la cultiva desde 1870, cuando Pascual Harriague, inmigrante de origen vasco, radicado en Salto, plantó los primeros esquejes de la variedad.

Un amigo suyo, conocido como Lorda, también emigrante vasco, que residía al otro lado del río Uruguay, en Concordia, había tenido buenos resultados al cultivar estas uvas, y le sugirió a Harriague que probara con ellas.

Los resultados fueron satisfactorios en mediano plazo, y luego aquel vino casi negro, recio y potente tomó el nombre de su hacedor; pues por prácticamente casi una década se lo conoció como el vino "Harriague". Pasaron años para que la uva tannat se tipificara por su nombre propio, y más años aún para llegar a posicionarse como uno de los vinos tintos más vendidos o "de moda" en el Uruguay.

La variedad encontró su terruño, y se supo adaptar al clima, el que no siempre es del todo benévolo, pues recordemos que es común que en el Uruguay llueva en temporada de vendimia, disminuyendo las posibilidades de conseguir un producto óptimo. A pesar de ello, nuestra tannat resiste las inclemencias climáticas y se comporta muy bien casi todos los años, dando vinos desde buenos a excelentes.

Claro que para llegar al nivel de calidad al que hoy estamos acostumbrados, se tuvo que trabajar y mucho, cambiando de un producto, que como suele decir la Ingeniera Agrónoma Estela de Frutos fue "de la lija al terciopelo", permitiéndonos hoy disfrutar de un vino joven y sin demasiada guarda, a los pocos meses de haberse elaborado; pero por sobre todas las cosas, sin tener que apretar los dientes y sentir esa rugosidad en el paladar que antes era tan habitual en estos vinos.

En cuanto al concurso, cave agregar que el carácter del mismo contribuye a la difusión de nuestros vinos, dentro del país, y principalmente fuera de él, logrando de esta forma contribuir con la creación de una imagen país, imagen que hoy por hoy no está definida como tal, y que es necesaria si queremos incrementar nuestras exportaciones de vinos finos y tener presencia en el exterior.

Indudablemente, nuestros vinos tannat hablan a las claras de su potencial en cuanto a calidad y diferenciación frente a otros vinos de la misma variedad, de otros terruños, cercanos ó lejanos, seguramente muy buenos, pero diferentes.

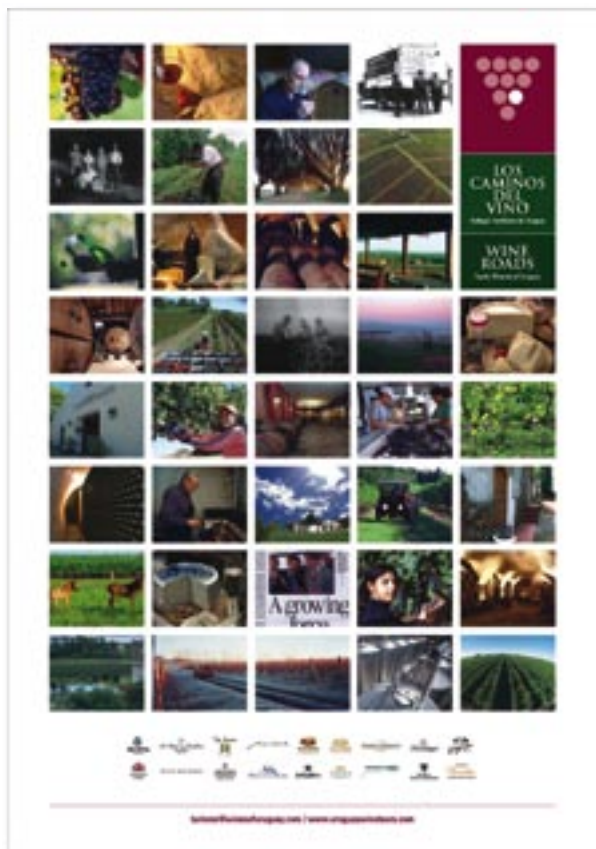
Durante el paso de los años, enólogos, bodegueros, agrónomos y científicos, aprendieron a escuchar la demanda del consumidor y supieron pulir todas las asperezas de aquellos vinos de otrora, transformando a nuestro tannat en un producto apetecible de nuevos paladares deseosos de probar algo diferente.

Resta educar al consumidor para que entienda cómo es el tannat y pueda disfrutarlo plenamente y se anime a probar nuevos productos, vinificaciones diferentes, desde aromáticos rosados, hasta espumosos naturales y licorosos al estilo de oporto.

Sigamos en la senda, aún hay un largo camino por transitar.



Los Caminos del **Vino**



En un esfuerzo por instalar definitivamente en el país el enoturismo, más de 20 Bodegas y Viñedos familiares se unieron para dar a conocer el Uruguay, con circuitos turísticos denominados "Los Caminos del Vino".

Fruto de la Asociación de Turismo Enológico del Uruguay, esta nueva propuesta tiene como fin, difundir la identidad cultural nacional, y el trabajo y pasión por la viticultura de las principales bodegas del Uruguay.

Los establecimientos se encuentran en distintas zonas del país (Montevideo, Canelones, Maldonado, Colonia, Rivera y Salto), y juntos forman en esencia, una pluralidad de ofertas para los visitantes. Esta diversidad, viéndola como la capacidad del público en general de poder conocer a cada establecimiento, sus particularidades e historia, es el motor de cada participante y la razón de ser de la Asociación.

Hoy, Los Caminos del Vino -un cúmulo de circuitos turísticos que incorporan a todas las bodegas integrantes-, luego de trabajo firme -mejorando instalaciones, construyendo y reciclando edificios, construyendo nuevas salas de degustación, museos del vino, restaurantes, y boutiques con productos exclusivos-, se ofrece como uno de los paseos más interesantes de nuestro país.

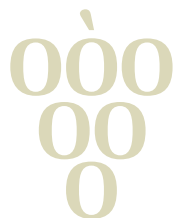
Asociación de Turismo Enológico: Bodega Alto de la Ballena, Bodega Bouza, Bodega Carlos Pizzorno, Bodegas Carrau, Bodega de Lucca, Bodega Marichal, Bodega Santa Rosa, Bodegas Castillo Viejo, Bodegas Pisano, Establecimiento Juanico, Viñedo de los Vientos, Los Cerros de San Juan, Bodega H. Stagnari, Viña Varela Zarranz, Viñedos y Bodega Filgueira, Antigua Bodega Stagnari, Bodega Irurtia.

CONTACTO: Cel. 099 149 662 / info@uruguaywinetours.com
www.uruguaywinetours.com



Fotógrafo: Hironori MIKAMI

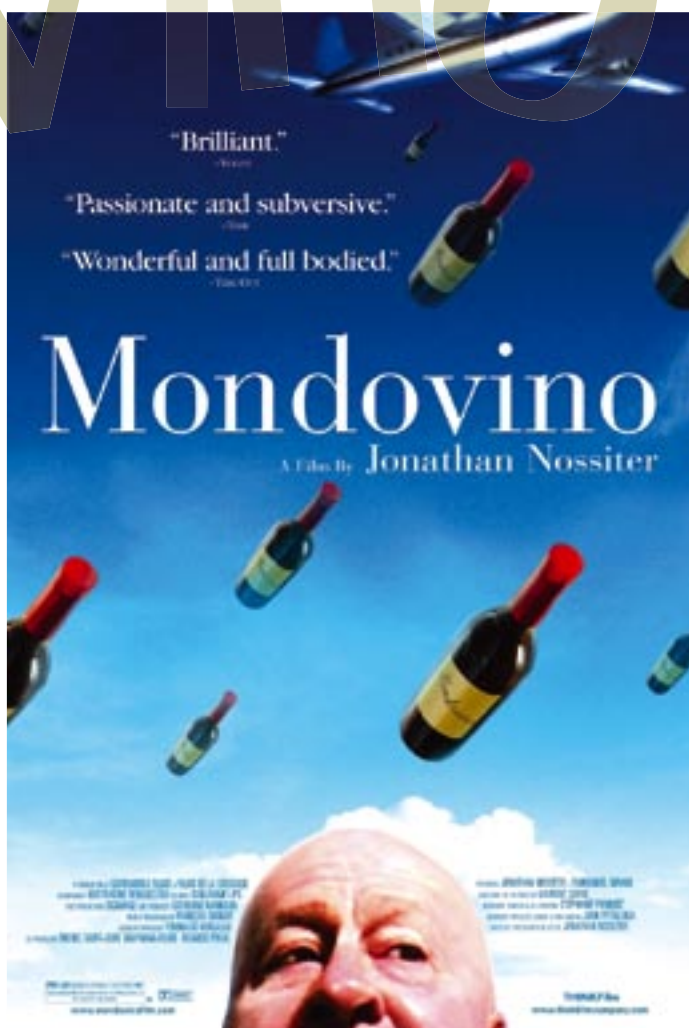




Llegó Mondovino a Uruguay

No debemos perder el sabor de la pascualina de la abuela

Mondovino es un viaje en busca del espíritu del vino. A lo largo de una hora y media, Jonathan Nossiter recorre tres continentes, Norteamérica (Napa Valley), Europa (Francia e Italia) y Sudamérica (Argentina), en el intento de reencontrarse con los verdaderos sabores del Terroir (terruño). Descubriendo, casi sin proponérselo, que hoy el vino se encuentra en una encrucijada: seguir las reglas del mercado de consumo que globaliza de manera artificial los sabores o mantenerse fieles a los aportes de la tierra y la uva, inestable, cambiante y única. Mostrando además, un conflicto aún mayor, el económico, enfrentando al pequeño productor con el monstruo industrial.



Nacionalidad: Argentina-Francia-Italia-USA

Género: Documental

Duración: 135 m.

Dirección: Jonathan Nossiter

Producción: Emmanuel Giraud / Jonathan Nossiter

Guión: Jonathan Nossiter

Fotografía: Jonathan Nossiter

Música: Jonathan Nossiter

Productor Asociado, Sonido y Segunda Cámara: Juan Pittaluga

Co-productores: Michel Saint-Jean, Diaphana Films y Ricardo Preve

Luego de un éxito indiscutido en el mundo y del reconocimiento internacional, se exhibió finalmente en el Hotel Mantra Resort & Spa en Manantiales, el documental Mondovino, apoyado por la boutique de vinos Terra y Vino y el Parador La Huella

Producido, sonalizado y filmado por el cineasta uruguayo Juan Pittaluga; co-producido por Ricardo Preve, un argentino que reside gran parte del año en José Ignacio; y concebido y dirigido por Jonathan Nossiter, un cineasta y sommelier norteamericano que ama Uruguay y además vive en Brasil, estuvieron presentes en la esperada proyección, a la que asistieron los bodegueros más reconocidos del país y la prensa especializada.

Convocada para este gran acontecimiento, Comer & Beber conversó con estos tres amantes del vino y el arte, sobre las motivaciones de la película, las acaloradas consecuencias y el alma del vino uruguayo.



Juan Pittaluga

¿Por qué exhibir la película ahora?

Martin Pittaluga, mi hermano y Guzmán Artagaveytia, querían traer la película desde hace tiempo, porque se sienten cercanos a su espíritu, y desde su Parador, La Huella, defienden esa misma manera de comer y beber que refleja Mondovino. Poder proyectarla hoy, con su apoyo y el de la gente de Tierra y Vino, hace que el orgullo sea aún mayor.

¿Cuál es para tí el espíritu de esta película?

Para mí, es cada vez más importante tener cuidado con la modernización que vive el vino, porque está destruyendo las tradiciones. Industrializar los productos y utilizar recetas mágicas en función de los gustos de los consumidores, echa por tierra la historia de los viñedos y la particularidad de cada *terroir*. Como mostramos en la película, esto fue lo que hicieron Robert Parker (una de las narices más preciadas del mundo, escritor y crítico de vinos. Se dice que un buen puntaje de Parker es la puerta de entrada al mercado norteamericano), y Michel Rolland (enólogo y asesor de viñedos, gran responsable de la creación de los nuevos vinos de calidad, producto de sus maravillosas recetas que hipnotizan los paladares de las masas de consumidores), al manejar los sabores de los vinos en todo el globo, recomendando por ejemplo, que se agregue azúcar al vino, un gusto absolutamente infantil. Claro, también hay que entender que ellos son los productores de las grandes ventas.

Me da miedo que desaparezca el gusto del vino uruguayo, que se "macdonalice" como producto de lujo, porque lo que se vende hoy en el mundo es una estafa al consumidor, se venden botellas a 400 dólares de productos en serie. De la misma manera, bodegas con cuatro generaciones de existencia hacen lo que sea por tener una nota de 97% con Robert Parker, porque saben que inmediatamente venden en Estados Unidos. Quisimos mostrar, sobre todo, que gracias a este fenómeno meramente comercial, lo que se pierde es el "sabor a la pascualina de la abuela".

¿Plasmaron su sueño?

Jonathan quiso hacer esta película y consiguió algo milagroso, poner el debate sobre la mesa, y la prueba está que ni Rolland, ni Parker nos abren la puerta, quizás porque no se imaginaban que alguien los iba cuestionar nunca.

¿Siendo uruguayo cómo se te despierta la pasión por el cine?

Tengo 46 años y vivo hace 16 en París, fue allí donde comencé a estudiar cine, pero me gusta venir a filmar acá. Estoy a punto de comenzar el rodaje de una nueva película en la costa que se va a llamar "Punta del Este", y trata sobre un chico que viene al país a buscar oportunidades. El Este me atrae mucho por su acumulación de culturas.



Jonathan Nossiter

¿Con Mondovino buscabas generar un cambio?

No, fue una búsqueda personal, y partió del encuentro entre padres e hijos, no hubo un plan maestro. Desde Cannes he tenido una reacción genial en el mundo del vino, pero no lo busqué.

¿Cómo ves a los vinos uruguayos como cineasta, sommelier y escritor?

Tengo miedo de que Uruguay haya perdido su nacionalidad, porque lo que he probado estos días me desilusionó un poco. Estoy viviendo en Brasil, y allí veo la misma cosa. Están frente a elección ética y cultural de hacer vinos para el mercado de consumo o para los verdaderos enófilos. En esta época somos capaces de destruir la tradición de años en una sola cosecha. También sé que para mí es fácil de decir porque mi vida depende del cine y no del vino. Pero quiero que tanto en Brasil como aquí se den cuenta que es una pelea perdida, porque no pueden competir con el volumen de producción argentino ni chileno.

Me da mucha pena por estos vinos de roble, dulces, encorpados, creados en servicio del consumidor de centro comercial, porque han perdido el sabor de sus terruños. De las botellas que hemos abierto en estos días, se salvan pocos, el Tannat "Vieja Parcela" es uno de ellos, porque aún se puede apreciar esa acidez y aspereza, típica de la cepa.

Nosotros de alguna manera predicamos una filosofía donde hay un dialogo entre el paladar y las personas. Un ejemplo claro de esta disociación es Argentina por ejemplo, quizás porque hay más plata y menos ética, al violar los terruños más antiguos de América, 300 años "rollandizados".

Por otro lado, veo también que en Uruguay, pese a que hay una cultura impresionante, no se traslada al vino, hay restaurantes con platos exquisitos, a la altura de cualquier restaurante francés, que no tienen una carta de vinos lo suficientemente amplia como para acompañarlos. Como sabemos, en cualquier arte si haces algo solo por consentir a los demás, estás muerto. Aquí pasa lo mismo, no es tarea del consumidor elegir qué vino debe vender el restaurante, sino del productor. Al cliente hay que enseñarle a tomar.

¿Cuál es el camino entonces?

Hay mucha gente cansadísima de "la misma mierda" por ejemplo, un señor en Estados Unidos se hizo multimillonario por vender productos originales. Esto es ideal para un mercado como el uruguayo que nunca va a vender por cantidad.