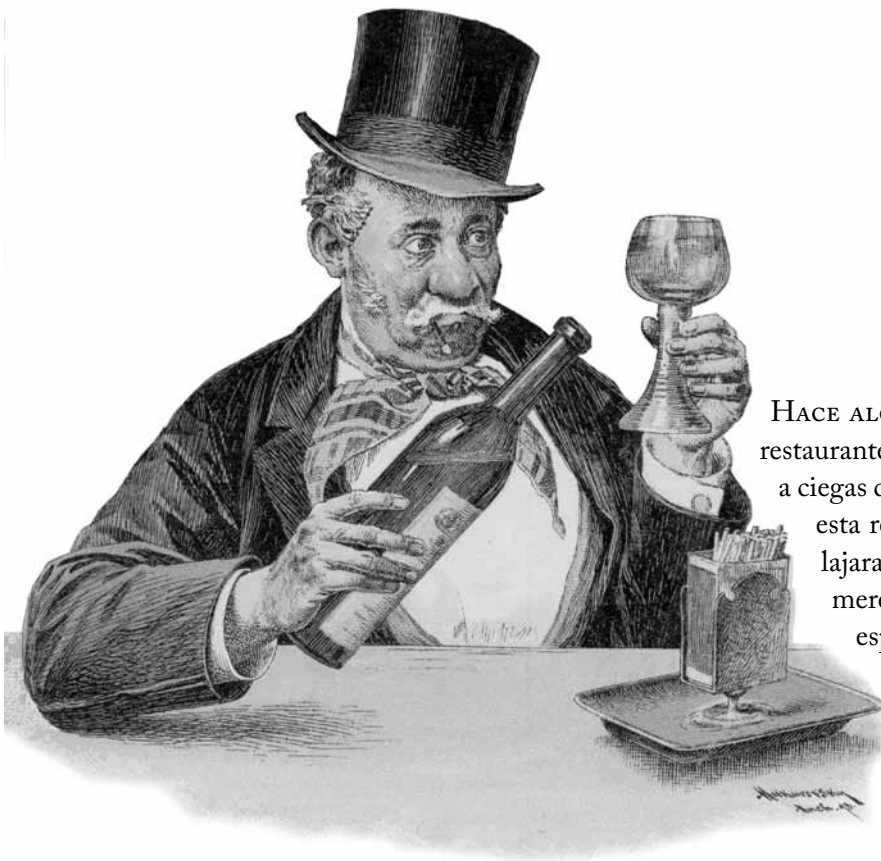


# Escribir sobre vinos

Gerardo Lammers



HACE ALGÚN TIEMPO, JERRY CENDEJAS, socio de los restaurantes I Latina y Anita Li, me invitó a una cata a ciegas de vinos mexicanos. Entre los participantes a esta reunión, a la que llamaré “la cata de Guadalajara” para darle la trascendencia histórica que se merece, estaban un *sommelier*, un par de críticos especializados, un distribuidor de vinos, un arquitecto y un francés. La sesión vespertina, que se llevó a cabo en un salón privado, comenzó con gran pompa: un par de meseros vestidos de negro aparecieron de pronto con las primeras copas servidas para que analizáramos el color del vino, lo oliéramos, lo probáramos e hiciéramos nuestras anotaciones. La sesión se prolongó por un par de horas, quizá más, y al cabo de ocho o nueve vinos, Jerry, al percatarse de que nuestras papilas gustativas y nuestros cerebros estaban demasiado entumecidos para continuar, nos advirtió que en una cata no necesariamente uno tiene que apurar el vino. Existe la opción de escupirlo, le dijo al Padrino —apodado así por su asombroso parecido con Marlon Brando—, a lo que éste se negó, pelando tamaños ojos:

—¡Qué esperanzas!

Minutos antes, el propio Padrino había ofrecido una descripción para mí inédita sobre el aroma de uno de los vinos:

—Polanco, ciudad de México —dijo, al tiempo que sacaba su nariz de la copa.

Todos terminamos muy animados, con los dientes morados y ganas de seguirla. Pero la nota sobresaliente de la jornada fue que uno de los vinos mejor calificados por el grupo de “expertos” resultó ser el más barato. A petición del anfitrión, los meseros fueron trayendo las botellas catadas para que uniéramos los vinos que habíamos probado con sus respectivas etiquetas como en un juego de memoria. Nuestra sorpresa fue mayúscula al descubrir que el caldo al que habíamos elogiado por su balance y elegancia provenía de un tetrapak. Si Darwin hubiera escrito la versión vinícola de *El origen de las especies*, la genealogía de este vino nos hubiera conducido a la sangría Señorial y a la Chaparrita de uva, sus antepasados directos.

Traigo esto a cuento, en parte, porque refleja algo que a la vez es una carencia y una ventaja: México carece de una tradición vitivinícola y, por ende, de una tradición de catadores. Y no estoy hablando de catadores profesionales, sino de los catadores “naturales”: los que trae consigo la tradición misma. En este sentido, comparados con Francia, España e Italia, para citar a los tres gigantes (y vetustos) europeos, estamos en la niñez.

Entre la primavera de 2008 y el invierno de 2010, tuve la oportunidad de editar una revista de vinos con sede en Guadalajara, una ciudad alejada cientos de kilómetros del viñedo más cercano. Debo confesar que hasta entonces mi conocimiento de vinos se limitaba a los que me bebía los fines de semana. No sabía gran cosa de cepas; la división entre el viejo y el nuevo mundo me tenía sin cuidado, lo mismo que las puntuaciones de *Wine Spectator*; no sospechaba que el vino tenía, tiene, nariz, como se suele decir ahora que la catas se han puesto de moda.

Al cabo de casi dos años de intenso y placentero trabajo, en los cuales editamos once números impresos

de la revista *Vinífera* —la cual sigue funcionando en formato digital bajo la dirección de Carlos Valenzuela—, había tenido el gusto de conocer las regiones de Parras, donde se fundó la primera casa vinícola de América en 1597, y de Ensenada, donde se ha establecido la comunidad más vigorosa y creativa de productores mexicanos dedicados al vino; además, había tenido la suerte de viajar a Chile y a Burdeos. Igual de relevante fue conocer el perfil del consumidor mexicano: Aunque el consumo *per capita* apenas llegaba en 2009 a los 500 mililitros (contra 52 litros de Italia), el mexicano que bebía vino compraba tres botellas al mes, de preferencia en el supermercado y de vino tinto, 70% del cual provenía de cinco países principales: Chile, España, Argentina, Italia y Estados Unidos, en ese orden; el restante 30%, de México.

Para el primer número de la revista decidimos publicar un cuento: “Gastrónomos”, de Roald Dahl, incluido en *Relatos de lo inesperado* (Anagrama). Se trata de la inquietante historia de un experimentado *gourmet* que, durante una cata a ciegas en una cena entre amigos, decide apostar sus propiedades a cambio de la hija de los anfitriones. Además del espléndido manejo del suspenso, el relato nos pareció un listón de lujo para inaugurar una revista de vinos, pues hablaba a la perfección de ese sofisticado mundillo de *connaisseurs*, tan dado a la pedantería. El relato nos servía de contraste, pues lo que queríamos para la revista era justo lo contrario: una publicación incluyente para entusiastas ignorantes... como nosotros. Así fue que para el segundo número de la revista estrenamos una tira cómica, dibujada por el caricaturista Erándini, a la cual bautizamos como “El Catador Catado”, un supuesto conocedor, de pipa y guante, que siempre terminaba haciendo pueriles ridículos.

El cuento de Dahl, así como nuestro Catador Catado sirven para ilustrar una idea que considero



principal: el vino puede ser divertido si se lo toma como un juego y, sobre todo, si se tiene con quien jugar. Partiendo de ahí considero que puede tener alguna relevancia escribir sobre vinos en un país como México que, a diferencia de Chile y Argentina, para no ir más lejos, apenas se está liberando del lastre elitista. Si la Corona española se hubiera portado menos proteccionista y no hubiera prohibido la elaboración de vinos en la Nueva España (y mandado arrancar las vides sembradas), quizá el vino sería un producto habitual en las mesas de muchos mexicanos, y hoy estaríamos hablando de una tradición ininterrumpida de más de cuatro siglos.

Pero, dejando estas especulaciones, me parece pertinente reconocer a las empresas cuyo volumen de producción hacen posible extender la cultura del vino a la clase media de nuestros días: L. A. Cetto, Casa Madero, Santo Tomás y Monte Xanic —esta última casa la que inició la moda del llamado *vino boutique*—, sin olvidar a algunos pequeños productores, como el

enólogo Hugo D'Acosta, que se ha interesado —mediante una escuela en San Antonio de las Minas, Baja California, y una línea de vinos a precio accesible— en que el vino no sea sólo un asunto de minorías pudientes.

Otro aspecto que me gustaría subrayar sobre la importancia de escribir sobre vinos en el contexto mexicano y para una audiencia nacional es la posibilidad de hablar de las condiciones en que se producen. Hablar de vinos es también hablar del campo, de la tierra, conectarnos, por así decirlo, con nuestras raíces, pero también con nuestras especificidades. Para nadie es un secreto, por ejemplo, que una de las razones que encarecen a los vinos mexicanos es la escasez de agua (sobre todo en la desértica Baja California). La otra cuestión son los impuestos.

Volviendo al tema de la niñez vitivinícola —si acaso adolescencia— en la que nos encontramos como país, Jerry Cendejas me hizo ver que la situación trae consigo también una ventaja con respecto a países que, de tanta tradición, se han vuelto obtusamente nacionalistas y no conocen más allá de sus fronteras. Y esta ventaja consiste en que podemos jugar, experimentar, arriesgar. Y esto vale tanto para los productores como para los consumidores —que suelen ser bastante más cosmopolitas que los europeos, por cierto— y, por qué no, para los que en algún momento hemos intentado alguna pieza de periodismo enológico, un periodismo que, al menos en mi caso, es como el vino joven que aún no pasa por barrica. ▀