vinetur

El vino contiene sulfitos

domingo 12 de junio de 2016

ESCRITO POR CODIPRAL©



Había un paisano que me decía que "lo bueno de la aspirina es que te llega a todos sitios". Ciertamente, qué buen invento la aspirina; sencilla, baratita, con tradición, y con efectos tan poderosos siendo tan poca cosa. En función de su especie, todos los seres vivos tienen su propia *aspirina* para desarrollarse más esplendorosamente, y el vino... ya sabemos que tiene vida; **el dióxido de azufre es su aspirina**. El SO2 es nuestro mejor aliado en la producción de vino desde que se nos ocurrió quemar azufre dentro de las barricas para desinfectarlas. Su uso aporta muchas cosas buenas entre

las que destacan su capacidad para inhibir levaduras y bacterias cuya acción no deseamos, y ralentizar la oxidación para preservar frescura y *frutosidad*. Si nos pasamos, olor a cerilla apagada, y si nos pasamos mucho, amargor. Sencillo, baratito, con tradición, con beneficios poderosos; fenomenal compañero. Pero las cosas empiezan hoy a complicarse también en esto, tras siglos de calma chicha, en este **mercado global** del vino solo apto para vinicultores y vinateros avezados

Resulta que el SO2 es un gas tóxico que irrita el sistema respiratorio y por eso la FDA americana exige que etiquetemos "**Contains Sulfites**" si queremos vender vino allí. Independientemente de que esto sea o no una exageración más consecuencia de su voraz sistema legal, hay que aplaudir la persistente defensa del consumidor en la normativa de etiquetado de alimentos. Pero la obligatoriedad fue, en efecto, una exageración que está teniendo **consecuencias importantes**

La norma, de carácter federal, data de 1988 y su necesidad no tuvo nada que ver con el vino sino con la proliferación de establecimientos que despachaban vegetales y frutas frescas sin cocinar (los *salad bar*). Estos alimentos portan sulfitos añadidos con los mismos fines que el vino: preservarles de la oxidación y evitar que pierdan sus bonitos colores. Pero la diferencia está en que de media estos alimentos tienen sulfitos hasta en 2.000 ppm, mientras que un vino tradicional tiene unas 150 ppm ya en la copa, de las cuales unas 30 ppm son naturales. Es decir, pensemos primero a cuántos se nos irrita el sistema respiratorio con un sándwich vegetal o una macedonia (siempre que se ingieran por la boca) y luego consideremos que el vino es, en esto del sulfito, 15 veces menos tóxico. Esos son los números

Claro que, tan ciertos y tozudos como los números son las nuevas formas de vinificar y las nuevas estrategias de comercializar, que llevan cada vez a más bodegas en Napa Valley por ejemplo, a **vinificar sin añadir sulfitos**. Sin añadir, porque el vino es tan sabio que como ya hemos dicho, los produce de forma natural; el vino, sin sus sulfitos, no es vino. Bien, imaginemos por un instante que tenemos que vinificar sin añadir SO2. Complicado ¿eh?... ¿cómo estabilizamos el vino? Yo no lo sé. Hablemos de lo que sé aunque sea muy corto mi conocimiento:

El futuro de nuestra competitividad no está en reconocer que los jóvenes de 25 años serán los salvadores del sector o que las etiquetas *sábana blanca* no llaman la atención en los lineales. ¿No es acaso obvio? Lo obvio nos retiene en ese *red ocean* de competencia atroz donde es imposible prosperar y donde las únicas opciones son del tipo de bajar más los precios o rediseñar las etiquetas

Plantearse seriamente una cuestión importante como la adición de SO2 y decidir la estrategia para nuestros vinos, es **innovar**, es adentrarse en un *blue ocean* donde la bodega se convierte en creadora de mercado. Y la competencia, de repente, desaparece. Para ello hay que pensar, hay que invertir, hay que probar y fallar, hay que arriesgar. En definitiva... hay que innovar. La cuestión es delicada porque llevamos siglos añadiendo SO2 en la vinificación y hay gurús en lo nuestro, incluso anglosajones como Jancis Robinson (ver Financial Times, 20 de Mayo pasado), que advierten del riesgo de que el vino sepa "*a sidra de cinco días*" y del componente puramente "*contracultura*l" que tienen todos estos nuevos estilos ecológicos. El objetivo no sería hacer un vino mejor sino hacer algo original. Esto último es importante porque la **cultura de vino centenaria**, el **conocimiento** y el **buen hacer con tradición**, deben ser señas de identidad de nuestro vino en el **mercado global**. De forma más evidente que la originalidad de nuestras etiquetas