CULINARIA *Revista virtual especializada en Gastronomía*

Universidad Autónoma del Estado de México www.uaemex.mx/Culinaria Publicación Semestral No. 7 <Nueva Época> Enero/Junio 2014
Fecha Recepción: Julio/2013 Fecha Aceptación: Noviembre/ 2013 PP. 06 - 19

"El Juicio de París:

La apertura del mercado vitivinícola y el surgimiento de las nuevas regiones vinícolas"

Aura Toledo Escobar

Universidad del Tepeyac
cursosmariage@gmail.com

"El Juicio de París: La apertura del mercado vitivinícola y el surgimiento de las nuevas regiones vinícolas"

Aura Toledo Escobar

"El vino estimula el apetito y realza la comida,
Promueve la conversación y la alegría.
Y puede transformar una simple cena
En una ocasión memorable"

-Derek Cooper-

Resumen

Este trabajo de investigación tiene como objetivo analizar la cultura vitivinícola contrastando dos casos: El vino francés y el de California, todo a partir de una cata a ciega denominada: "El Juicio de París". Busca reflexionar como el consumo del vino así como su accesibilidad comercial ha transformando la tradición vinícola francesa creando productos más amigables y cercanos al consumidor.

Palabras clave

Vino, cultura, globalización, *terroir*, diversidad.

Abstract

This research aims to analyze the wine culture contrasting two cases: French and California wine, through a blind taste called "The Judgment of Paris". Seeks to reflect the consumption of wine as well as how its commercial accessibility has transformed the French winemaking tradition creating products more friendly and close to consumer.

Key words

Wine, culture, globalization, terroir, diversity

Introducción

Este trabajo tiene como objetivo analizar la influencia de la globalización dentro del ámbito vitivinícola, utilizando como ejemplo el caso Francia contra Estados Unidos a partir de la cata conocida como el "*Juicio de París*". La cual se celebró en París en el año de 1976. A partir de dicho evento, pienso ejemplificar cómo es que la globalización permite una apertura comercial y cultural hacia el vino que beneficia el consumo del mismo en el resto del mundo.

Es decir, comenzaré por presentar qué es la globalización desde una perspectiva económica y cultural, desde la cual planteo la idea de que la diversidad y la apertura de mercados enriquecen una cultura, siempre y cuando exista un contexto socio-económico similar entre países que permita una relación comercial competitiva.

Dentro de la anécdota vitivinícola a la cuál haré referencia, se establecen ciertas condiciones sociales, económicas y políticas que permiten que Estados Unidos sea un innovador en la forma de hacer vino y por lo tanto un digno competidor frente a los vinos de corte clásico provenientes del Viejo Mundo, específicamente de Francia.

El marco teórico desde el cuál partiré será finales del siglo XIX desde la perspectiva histórica francesa y concluiré con los aportes culturales para la historia del vino a partir de la apertura de mercados reflejados en el consumo del vino a través de la injerencia de Estados Unidos, específicamente de California al sector vinícola bajo el contexto de la primera mitad del siglo XX.

La Globalización

La globalización, es un sistema que deviene del capitalismo. Desde el punto de vista vitivinícola, la globalización llega a descubrir el secreto sobre la elaboración, crianza y cultura del vino que se había guardado celosamente entre los conocedores de vino, que hasta ése entonces eran de origen francés.

El principal interés de la globalización, hace referencia a la apertura del mercado así como la creación de nuevos mercados mundiales, bajo el dominio de capitales capaces de invertir y desarrollar nuevas industrias en diferentes zonas del mundo. Tal es el caso de Francia y Estados Unidos.

Dentro de la historia del vino, los efectos de la globalización se reflejaron después de 1976. Esto no significa que no se comerciara en la antigüedad con el vino, sino que el comercio no alcanzaba los niveles comerciales actuales ya que se restringía a un intercambio de mercancía entre Francia e Inglaterra principalmente:

"Entre los años 1600 y1800. Inglaterra no sólo se convirtió en una potencia política y militar, sino también en el motor del comercio mundial del vino y, por consiguiente, del posterior desarrollo de la historia de la viticultura europea". (Dominé, 2005:22)

Para entender la relevancia de la globalización dentro del mundo del vino, es necesario retomar el origen de éste sistema y hacer mención del impacto que tiene dentro de la cultura vitivinícola así como del surgimiento de las nuevas regiones vinícolas, bautizadas con el nombre de: " *Vinos del Nuevo Mundo*"[1].

[1] Nuevo Mundo: Regiones vitivinícolas "nuevas" como México, Australia, Estados Unidos, Sudáfrica, Nueva Zelanda, etc. Que no fueron invadidas por la filoxera y que su historia vitivinícola se remonta al siglo XIX

La globalización es un sistema que para ser comprendido, es necesario estudiarlo desde una perspectiva económica, política y social; ya que marca la transición y la conformación del mundo actual. Pero ¿Qué entendemos por globalización? Una definición que se adapta el tema de este ensayo es la siguiente:

"En todas sus etapas, la circulación de los productos y de las mercancías ha desempeñado un papel determinante en la evolución general de las sociedades cuando están en contacto entre sí. Las armas, la tecnología y un cierto modelo de la guerra permitieron a Occidente y a sus naciones constituirse en potencias dominantes e imponer modelos económicos sucesivos adaptados a sus necesidades sin ningún miramiento para las regiones que trataban de "civilizar". (Tolila, 2007:117)

Es decir, la globalización se fundamente en los principios del capitalismo, por eso no es de extrañar que su principal interés sea lo económico. El cual, en su devenir histórico mutará a nuevas formas de expansión comercial generando así nuevas formas de relacionarse internacionalmente tanto económica, política y culturalmente.

La globalización que vivimos hoy en día está fundada en la injerencia de la industria y la técnica dentro de los diferentes ámbitos humanos creando numerosos contextos sociales, los cuales nos dan como un resultado el surgimiento de la diversidad y el redescubrimiento del mundo fuera del etnocentrismo.

En el caso particular de la historia del vino, Francia representaba el monopolio comercial y cultural del vino, ya que contaba con la infraestructura necesaria: los viñedos, los enólogos, la vid, los recolectores capacitados, los sistemas de vinificación y embotellado así como con un mercado al cual venderle.

Sin embargo, la vitivinicultura francesa hasta mediados del siglo XIX no concebía que existieran vinos o regiones superiores a los suyos. Los ingleses quienes eran su principal mercado seguían prefiriendo el vino francés por encima de los españoles, italianos y alemanes. Pero la historia del vino no tardaría en cambiar y mostrar nuevas opciones para el consumidor.

El vino: ¿Tradición francesa?

Hacer referencia al origen del vino, es remontarnos a un pasado que nos envuelve en una serie de historias y mitos los cuales relacionan la cotidianidad, las pasiones, las emociones y el placer con el ser humano convirtiendo al vino en un objeto cargado de simbolismos culturales.

Para Francia, la historia del vino recorrerá un camino de prosperidad gracias al antecedente histórico de los romanos, al significado cultural que le dieron y al microclima, es decir las condiciones naturales casi únicas en las cuales crece la vid y con las cuales cada región fue agraciada.

Las primeras regiones serán: Borgoña y Burdeos, cuya fama en vinos hará que se establezcan parámetros de calidad a partir de sus vinos para el resto del mundo: "Desde finales del siglo XVIII, los tintos de Burdeos se encontraban entre los más apreciados del mundo; las bodegas de la región contaban con medios muy avanzados de producción…Durante la Exposición Internacional de 1855, la región del Médoc obtuvo un importante triunfo con la clasificación de los *crus*[2] . Había empezado la época de oro de la vitivinicultura" (Dominé, 2005:25)

[2] Cru se refiere a la ubicación específica de la sección del terroir (terruño)

Una aportación francesa a la historia del vino en el siglo XIX fuel la clasificación de los vinos de Burdeos de acuerdo a sus rendimientos, mejor dicho, de las regiones del Médoc y Sauternes. Lo cual le otorgó a Francia el estandarte de mejor región productora de vino y además el poder de sugerir, criticar y desdeñar el vino del resto de las regiones productoras.

El concepto de *terroir*

Los viticultores franceses se apropiaron del vino, de su historia, de su elaboración y determinaron estándares de calidad a partir de lo que denominaron el *terroir.* Hacer referencia a éste concepto es comprender el por qué para los franceses el vino no sólo es una bebida que acompaña a los alimentos sino que se convierte en un reflejo de cada momento de la vid en el viñedo.

El *terroir* está relacionado con el tipo de suelo en la cual se cultiva la vid, sin embargo, al convertirse en vino, el *terroir* se traduce en la identidad del vino: "El *terroir* del vino es la suma de todas sus partes, su geología, su clima, su topología, su capacidad de retención del agua y la cantidad de sol que recibe. Desde el punto de vista francés, el *terroir* es lo que hace diferente a cada viñedo" (Clarke, 2002:14)

Es decir, dentro de la cultura vitivinícola tradicional, el vino se va a distinguir por el tipo de uva de la cual provenga pero además por la región específica de la cual provenga, remarcando la diferencia de estilos y aumentando el carácter único del vino.

Es así como Francia crea en 1935 el INAO (Instituto Nacional de Apelaciones de Origen) en donde se establece un sistema de denominaciones de origen con el fin de controlar y determinar las condiciones de producción de los vinos franceses (Larousse del Vino: 2003, 531)

Una denominación de origen, pretende regular y determinar criterios de calidad sobre el vino, las cuales indicarán el tipo de vino que se produce, la cantidad que se produce y las uvas con las cuales se elabora el vino, marcando así los estándares de calidad que serán tomados como ideales por el resto de las regiones vinícolas.

Los vinos franceses se clasifican de la siguiente manera:

- *AOC apellation d' origine contrôlée* : vinos de la más alta calidad, son regulados por el cepage, los rendimientos, se controla la cantidad de azúcar residual, la cantidad de botellas por hectárea, tipo de uvas y se hace una cata antes de su comercialización. Se consideran los mejores vinos. Ejemplo: Chateaux Margaux
- *VDQS vin délimité de qualité supérieure* : Vinos de mesa, controlados y regulados pero pueden provenir de diferentes viñedos.
- *Vin de pays*: vinos de menor calidad, que apelan a mezclas de uvas generales.
- *Vin de table* : vinos de mesa, sin etiquetar y diseñados para un consumo local, pueden ser de excelente calidad pero no se pueden comercializar.
- De esta manera, el vino en Francia se consolida culturalmente como un ideal y un modelo a seguir. Para la segunda mitad del siglo XX, algunas regiones vinícolas pretendían equiparase a los vinos franceses, entre ellas América, especialmente California.

El vino del Nuevo Mundo: California

La vid conoce el suelo americano gracias a la llegada de los españoles en 1492 y será Hernán Cortés quien a partir de 1521, se encargue de difundir el cultivo de la vid a lo largo de la colonia española, empezará por el sur del continente y poco a poco su cultivo se expandirá hacia el norte de América.

Los primeros cultivos de vid en el norte de América, no resultaron exitosos, ya que las vides europeas eran propensas al ataque de parásitos y enfermedades que impedían el crecimiento de la vid y por lo tanto de la producción de vino.

Casualmente, se descubrieron los injertos entre variedades europeas y americanas dando como resultado cepages con mayor resistencia a las enfermedades y de ésta manera el cultivo de la vid se expandió en América en: California Alta, Baja y Sur, Parras Coahuila, Chile, Argentina y Uruguay.

Sin embargo, cabe mencionar que de éstas regiones California será la que compartirá características similares del microclima con Francia, dándole una oportunidad de producir vinos complejos, con una mayor capacidad de guarda, carácter y un estilo francés.

California

A partir de la segunda mitad del siglo XX, en California se produce el 90% de vino de origen estadounidense. La zona cuya fama ha crecido es Napa, en la cual se produce un cabernet sauvignon robusto, sedoso en boca y gran capacidad de guarda, los expertos le llaman él: "*paulliac del oeste*" (Sims; 2003: 138) Haciendo referencia a los vinos de Francia.

Napa, es una región vinícola que se caracteriza por la producción de grandes vinos, es decir, al igual Burdeos, Napa goza con unas condiciones climatológicas favorables para el cultivo de la vid. Cabe mencionar que algunos de los vinos más caros del Nuevo Mundo provienen de ésta región.

Napa al igual que el modelo francés, creo un sistema de calidad que controla los rendimientos y las calidades de los vinos. A este sistema se le conoce como AVA (*Approved Viticutural Area)*: "Las AVA son un tipo de identidad geográfica que se utiliza

en toda la nación; cuando en la etiqueta aparece el signo AVA, el vino contiene el 85% de uvas de esa región, si menciona una uva deberá contener el 75% de la uva de esa área o bien si menciona añada el vino deberá contener el 95% de uvas de ese año en específico. Algunas marcas importantes son: Stag's Leap, Oak Ville y Howell Mountain." (Sims; 2003: 139)

La historia de la viticultura del Nuevo Mundo, proviene de los esfuerzos compartidos por los diferentes enólogos que salen de Europa y llegan a América a compartir sus conocimientos y a buscar nuevas formas de hacer vino. Eso sí, conservando la idea de que el mejor vino es el francés.

En Napa, el tema de la globalización permeaba en dos formas: la primera era que Estados Unidos contaba con el recurso económico suficiente para invertir en sus viñedos, es decir, en importar enólogos, técnicas de vinificación, vides e inclusive tipos de suelo que favorecieran la producción de vino y la segunda en la apertura de mercados, estados Unidos tenía en mente que su vino se vendería dentro y fuera de su país.

La significación cultural del vino en Napa no estaba basada en un pasado histórico como en el caso de Francia sino que, en una búsqueda de un estilo propio y diferente al ideal francés. Se buscaba romper con el estilo europeo pero conservando la calidad, un estilo amigable y que generara ventas.

Sin embargo California, aún no encontraba la manera de atraer la mirada de los mercados internacionales, y fue hasta 1976 cuando la historia dará paso a nuevas regiones de vino, nuevos estilos y la inclusión de gastronomías ajenas a las europeas para el tema del maridaje.

La apertura de estilos y la conformación de una nueva identidad vinícola

Para la segunda mitad del siglo XX, Estados Unidos contaba con una producción de vino significativa. El vino que se producía en California era calificado como "malo" desde el punto de vista europeo, específicamente del francés. Sin embargo ésta calificación descubría el prejuicio de los franceses hacia los vinos de otras regiones lo cual limitaba las opciones vinícolas del consumidor.

En 1976, el británico *Steven Spurrier* decidió enfrentar los vinos de origen californiano contra el francés, seguro de que los ganadores serían los últimos. La cata se celebró en París y para sorpresa de todos, se le daba la victoria a los vinos de Napa Valley derrotando al modelo a seguir en el cultivo, producción y consumo del vino: Francia

"El llamado *Juicio de París*, un concurso celebrado hace 30 años en el que sólo participaron caldos californianos y franceses, produjo un terremoto en la industria vinícola francesa y puso de moda en el mundo entero los victoriosos vinos californianos. Tres décadas después, el resultado ha sido el mismo en la reedición del combate. El encuentro, que ha tenido lugar en el corazón de los mejores vinos californianos del Valle de Napa, Copia (EE UU); y en una importante vinoteca de Londres, ha vuelto a dar la victoria a Estados Unidos. Al igual que entonces, los expertos han examinado los mismos caldos de la cosecha de 1976 y otros recientes. Los catadores han tenido que degustar los vinos tintos a ciegas, sin saber su procedencia". (El País: 2006)

Después de la cata de 1976, se hablaba de estilos de vino y se dejaba atrás la idea fija del vino como una bebida para paladares expertos y gente conocedora. Se debe reconocer el esfuerzo que California hizo en mostrar una cara del vino más amigable y accesible para el resto de las personas que le temían al vino.

A partir de ésta cata el vino comienza a permear dentro de diversas culturas que le eran ajenas anteriormente. Por ejemplo: En México, a pesar de que ya se hacía vino en la época de la colonia y de que en 1545 surge Casa Madero como la primera vitivinícola, no es, sino a partir de 1970, cuando se comienza a invertir de manera formal en el cultivo, crianza y cultura del vino, es decir una vez que la zona de California se reconoce como una región con potencial para producir vinos de calidad.

Conclusiones

Al parecer, hemos dejado atrás la historia romántica de que cada vino conserva el recuerdo del *terroir* al que pertenece, conformando de esta manera la identidad del vino. Pero cabe señalar, que esta identidad también se va enriqueciendo en la interacción social y cultural del vino, es decir, la forma en cómo se maridan.

Zigmund Bauman, en su obra "*La Sociedad Individualizada*", analiza el tema de la identidad a partir de una perspectiva moderna: "La modernidad, podemos decir, puso el mundo en movimiento, puso al descubierto la fragilidad y la inestabilidad de las cosas y abrió de golpe la posibilidad (y la necesidad) de reformarlas. Marx y Engels elogiaron a los capitalistas, a los burgueses revolucionarios, por: "fundir lo sólido y profanar lo sagrado" que durante muchos años había paralizado las capacidades creativas humanas" (Bauman; 2001, 123)

Es decir, la identidad, será no sólo un cúmulo de características propias del vino, de la bodega y el viñedo sino se convertirá en una significación cultural debido a la incorporación de otras formas hacer vino y que nos permiten comprender su estilo. Es decir, la enología moderna nos brinda libertad de elegir qué tipo de vino queremos de acuerdo a la ocasión, a nuestro estado de ánimo o bien al tipo de cocina con la cual pensamos acompañarlo.

En el caso particular de Francia y Estados Unidos, podemos concluir que ambas zonas vitivinícolas se enriquecieron a partir de la cata de 1976. Francia, continuó haciendo excelentes vinos y California ofreció una serie de vinos con una calidad equiparable a la de los franceses pero con un gusto más amable. Finalmente, como en todo mercado globalizado las opciones están presentes y un consumidor informado y crítico podrá tomar la decisión que mejor le convenga lo importante es tener opciones.

Bibliografía

Bauman, Zygmunt. (2001) "La sociedad individualizada", Catedra, Madrid,

Dominé, André. (2005) "El Vino", Köneman, España,

Clarke, Oz y Margaret Rand. (2003) "Uvas y Vinos", Blume, Singapur,

Sims, Fiona. (2003) "Guía del Vino" Parragon,China,

Tolila,Paul. (2007) "Economía y Cultura" .Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, OEI,SER, México,

Bibliografía de Consulta:

Larousse de los Vinos, edición española, Larousse, Barcelona 2003

Internet

http://elpais.com/elpais/2006/05/25/actualidad/1