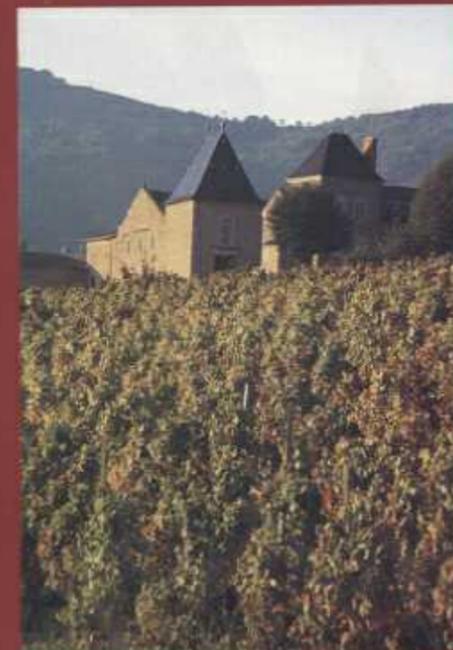


EL BEAUJOLAIS NOUVEAU

# FIESTA Y TRABAJO DEL VINO

TEXTO Y FOTOS: RAFAEL CHIRBES

MILES DE BARES, TABERNAS, BISTROTS Y RESTAURANTES DE LOS CINCO  
CONTINENTES DESCORCHAN SU PRIMERA BOTELLA DEL AÑO AL TIEMPO  
QUE DAN LAS DOCE DE LA NOCHE DEL TERCER JUEVES DE NOVIEMBRE. LA  
FORMIDABLE MAQUINARIA DEL BEAUJOLAIS SE HA PUESTO EN MARCHA.



"Le beaujolais nouveau est arrivé". Cada año, el tercer jueves de noviembre, la frase aparece escrita en los espejos de los bares, en las pizarras que anuncian los menús de los restaurantes, pegada en los cristales de las puertas de los bistrots de toda Francia, y es como una consigna del otoño, casi tan inexorable como el paso de las estaciones y, al mismo tiempo, cargada con un feliz sobresalto de sorpresa. Es decir, que el lema lleva en sí ese doble mensaje que dejan siempre los ritos estacionales: cada llegada del verano trae su San Juan y los ritos del fuego como una sorpresa, cada veinticinco de diciembre llega -esperada y felizmente deseada- la Navidad, o, por poner otro ejemplo, cada veinticinco de marzo el ángel Gabriel le anuncia a la Virgen que va a ser madre, y cada año, ante ese anuncio del ángel, los cristianos sienten el mismo gozo sorprendido que el año anterior, porque el ritual ha vuelto a cumplirse.

La verdad es que en los tiempos de la sociedad de consumo en los que los templos en que se celebran los ritos son los grandes almacenes, la llegada del beaujolais nouveau ha adquirido por derecho propio en muchos lugares ese carácter de rito estacional. Pocas congregaciones, iglesias o sectas pueden presumir de un número tan nutrido y devoto de adeptos, de una organización tan compleja como la que rodea la anual llegada al mercado de este vino que predica una religión de alegría ingenua, de falta de pretensiones, que desprecia la profundidad, y canta sin pudor el relativismo goliárdico del hoy comamos y bebamos, que mañana dios dirá.

Toda iglesia tiene sus cifras. Y las del beaujolais nouveau producen respeto y vértigo a partes iguales, ya que este vino, producido en un lugar de Francia no demasiado visitado por los turistas y situa-



Cuando llega al mercado el nuevo vino, el viñedo del beujolais ya se ha convertido en una paleta otoñal. Sobre estas líneas, dos estampas urbanas de la zona.

do a unos cuantos kilómetros al norte de Lyon, consigue que, el tercer jueves de noviembre de cada año, se levante el telón para la venta de casi setecientos mil hectolitros de vino que desaparecen del mercado en poco más de un mes, ante la sorpresa, la envidia, la indignación (o un sentimiento que las mezcla), de bodegueros y distribuidores de vino de todo el mundo.

Movidos por una complicadísima maquinaria (toda religión, todo rito exige una maquinaria compleja y engrasada para expandirse y permanecer en el inseguro territorio ganado para la fe), miles de bares, tabernas, bistrotts, y restaurantes de París y el resto de Francia, de Londres, Hamburgo, San Francisco, Nueva York, Sidney, Roma, Bagkok o Tokio, descorcharán su primera botella de beujolais del año, haciendo coincidir el sonido del tapón con el de las campanas que dan las doce de la noche, hora local.

Quizá, en el plano más superficial de esta ceremonia (que no deja de ser, por ello, admirable y sorprendente), parece destacable que un grupo de distribuidores de vino hayan conseguido, envueltos en la bandera tricolor y precedidos por la sencilla consigna que anuncia que "Le beujolais nouveau est arrivé", imponer a los miles de propietarios de bar, camareros y restaura-

dores que, en uno u otro escalón, participan en esta ceremonia que se celebra en los cinco continentes, la disciplina de no descorchar, bajo ningún concepto, ni una sola botella antes de que el reloj marque ese momento previamente acordado por las normas del ritual. Y eso, en un mercado feroz que los bodegueros y distribuidores de vino de todo el mundo se disputan a dentelladas.

Luego, en planos sucesivos, sorprende tanto o más lo que supone de maquinaria diabólica de distribución el hecho de lograr que el vino se encuentre ese día y a esa hora nada menos que en ciudades de ciento noventa y cinco países, y que los agentes del beaujolais nouveau -sus apóstoles- animen más de doscientos actos y fiestas de presentación a lo ancho del planeta.

Aún más en el interior de los mecanismos de este hecho sociológico y comercial admirable, hay que situar el misterio psicológico de los adictos que, cada año, se acercan a alguno de los remotos lugares en los que se celebra el rito otoñal del beaujolais nouveau y beben en esa noche y en las sucesivas, con expresión de gozo su botella o sus botellas de ese vino chispeante, de colores vivaces, que expande sin ningún pudor sus aromas frutales, y mancha el borde del vaso con un destello de juveniles violetas. Cada año enuncian en alta voz sus peculiaridades tantas veces repetidas, tantas veces renovadas, como los teólogos discuten a través de los siglos los atributos de dios: aromas de plátano, de piña, de mango. Hablan a la vez de un viejo amigo y de alguien a quien acaban de conocer.

La verdad es que la sorpresa del observador del fenómeno aumenta aún más cuando se sabe que el origen de la popularidad de este vino es muy reciente. Sus antecedentes remotos (prehistóricos) hay que buscarlos en la costumbre adquirida por los bodegueros de la región de Beaujolais de acercarse a la ciudad de Lyon durante el mes de noviembre con sus carretas cargadas con barricas de vino en el momento en que consideraban que éste había concluido su fermentación para, así, venderlo a buen

El paisaje del beaujolais es el escalón más meridional del viñedo de la Borgoña. Sus mejores viñedos limitan al norte con los del Maconnais.



El Beaujolais es una sucesión de hermosas perspectivas de viñedo salpicadas de sólidas construcciones de piedra.

precio, aprovechando la curiosidad de los bebedores por saber cuáles eran las características de la nueva cosecha, y también las urgencias de los taberneros que, con frecuencia, a esas alturas del año, se encontraban con sus existencias prácticamente agotadas.

La rapidez en presentarse en la ciudad con el vino recién elaborado encontraba su compensación en la obtención de mejores precios que los que se conseguían poco tiempo después, cuando ya todos los productores disponían de vino, los taberneros habían llenado sus sótanos, y la oferta empezaba a ser excedentaria.

Sin embargo, los habitantes de la zona parecen estar de acuerdo en que esta costumbre no hubiera trascendido su carácter

de hábito local sin mayor proyección exterior de no haber sucedido un hecho imprevisto. Durante la ocupación de buena parte de Francia por los alemanes, en la Segunda Guerra Mundial, numerosos artistas, intelectuales y empresarios de espectáculos parisinos buscaron refugio en Lyon y sus alrededores, en lo que se conoció por entonces como la Francia Libre y, durante su estancia, se familiarizaron con esa costumbre lionesa de beber el vino nuevo de la comarca, el beaujolais nouveau, una costumbre que impusieron en París a su regreso a la capital acabada la guerra, como un rasgo más de esnobismo, que fue creciendo en años posteriores, cuando París era la ciudad que seguía imponiendo la moda en el mundo entero.

El beaujolais nouveau empezó a convertirse entonces en el vino de la izquierda intelectual parisina de postguerra, con su curiosa mezcla de elitismo y populismo, y se bebía en las cavas y cafés de Saint Germain des Prés y Montparnasse, pobladas por curiosos de medio mundo, y sobre todo de los Estados Unidos, recientes vencedores de la guerra. Su vivacidad y alegría parecía asociarse con el gozo de la liberación y de los años fáciles que se afianzaban tras los sufrimientos de la ocupación. La publicidad estaba servida, desde el momento en el que las referencias a ese vino empezaron a aparecer en películas, libros y artículos de periódico que, desde esa crema parisina, viajaban a todo el mundo. De ser un vino campesino y lionés, el beaujolais de cose-

cha reciente pasó a convertirse en un vino snob y parisino, lo que, según los productores actuales de la zona, Lyon nunca le ha perdonado, volviéndole la espalda a un vino que durante muchos años consideró como suyo.

Desde el deslumbrante escaparate parisino, la moda se extendió como una mancha de aceite, convirtiéndose cada vaso de vino en un auténtico "vaso de oro", según la afortunada expresión de un periodista francés. Y eso, que al parecer no le perdonaron sus antiguos clientes de Lyon, que vieron llenarse de afectación a ese vino que ellos miraban como rústico y, lo que resultaba aún más irritante, que, por culpa de la opulenta París, sufrieron la subida de los precios del vino campesino que llegaba a sus

tabernas, ha sido algo que (muy especialmente, a partir de los sesenta, cuando la fama del beaujolais nouveau saltó los océanos) tampoco se lo han perdonado quienes han intentado, con escaso éxito, experimentos semejantes (vino novello, vi novell, vino de cosechero) en otros lugares del mundo.

Además de los buenos precios alcanzados años atrás, uno de los rasgos del beaujolais que más ha ofendido a productores y distribuidores de otras zonas ha sido el desdoro de sus promotores y defensores a la hora de proclamar su falta de pretensiones,

negociantes (gran parte del beaujolais nouveau está controlado por unos pocos negociantes, y un hombre como Georges Duboeuf vende entre el quince y el dieciocho por cien del total del beaujolais, incluidos los vinos *de garde*), y la retórica que se ha creado y que se maneja cuidadosamente a la hora de definir sus características (enumeraciones frutales y florales) y de trasladarlas a los diccionarios enológicos.

Pero las prevenciones hacia el beaujolais nouveau, cuya capacidad para convertirse en una otoñal lluvia de oro sobre la región, que permite a los productores amortizar en

Y hay dificultades. La primera la pone la propia naturaleza, ya que, si la salida al mercado del beaujolais nouveau ha de hacerse por fuerza el tercer jueves de noviembre, la maduración de las uvas, en una región en la que a veces tienen dificultades para alcanzar su punto óptimo en los primeros días de septiembre, que es cuando hay que vendimiar para cumplir los plazos, no siempre se acuerda con los deseos de los comités de promoción y de los grupos de distribución, retrasando los ciclos, lo que obliga a decisiones dudosas por parte de los elaboradores (se autoriza la chaptalización) para poder cumplir ese plazo inexorable que las necesidades promocionales con tanto éxito han impuesto.

Pero hay otros peligros imprevistos, cuando el productor se juega la totalidad de su cosecha en un solo mes al año. Puede ocurrir algo tan arbitrario y ajeno como lo que ocurrió en la pasada campaña, cuando gran parte de los más importantes compradores (países nórdicos y países bajos, Suiza, Australia, Nueva Zelanda, USA) declararon, en vísperas de la salida al mercado del beaujolais nouveau a todo el mundo, el boicot a los productos franceses por culpa de las pruebas nucleares decididas por el gobierno nombrado por Chirac, lo que provocó una lógica oleada de pánico entre negociantes y productores.

El equilibrio es también precario por lo que se refiere a la viabilidad de una producción rentable, ya que para un vino que se enorgullece de su juventud e intrascendencia, y que, sin embargo, se elabora en un país con tradición de elevados salarios, altos precios de la propiedad agraria y fuertes costos sociales, resulta cada día más difícil afrontar el reto de mantener las tarifas -en época de tanta competencia con vinos con menores lastres de producción- mientras sigue aumentando el peso de los gastos fijos de elaboración en el coste final de cada botella. Así, en la actualidad una hectárea de viñedo en las zonas del beaujolais simple (ver agenda para entender las denominaciones de la región) puede alcanzar unos seis millones de pesetas. Por si fuera poco, según la normativa (que exige que los racimos lleguen enteros a las cubas, para permitir la tradicional vinificación semicarbónica), la vendimia ha de realizarse a mano, lo que da trabajo a unas treinta mil personas cada campaña, pero a costa de encarecer enormemente el proceso. Sólo Champagne mantiene esa exigencia de vendimia manual, y claro, la diferencia de precios entre un beaujolais nouveau y un champagne resulta notable.

Pero es que, además, el beaujolais nouveau, que ha impuesto el casi milagroso conocimiento del nombre de la zona en todo el mundo, se ha convertido en un enemigo para los otros vinos que se elaboran en ella, y que buscan su espacio entre los grandes: los *vins de garde*, elaborados al amparo de la denominación beaujolais villages, o de los diez *crus* (de nuevo, remitimos a la agenda para las normas de clasificación de la denominación de origen), que desearían ver

pocos días su campaña, empiezan a brotar también desde el interior de la zona, ya que, por una parte, la necesaria salida del producto en pocos días pone sobre el tapete la evidencia de una apuesta demasiado fuerte, puesto que está sometida a imprevistos y avatares que no pueden salvarse dejando correr el tiempo para que todo se arregle. El beaujolais nouveau tiene algo de vino jugador. Su apuesta es fuerte y rápida -como una caída de dados- y no admite reparación cuando se comete un error, cuando la suerte no acompaña. El vino ha de salir a la venta en un mes, como la carta cae de la mano del jugador en un segundo.

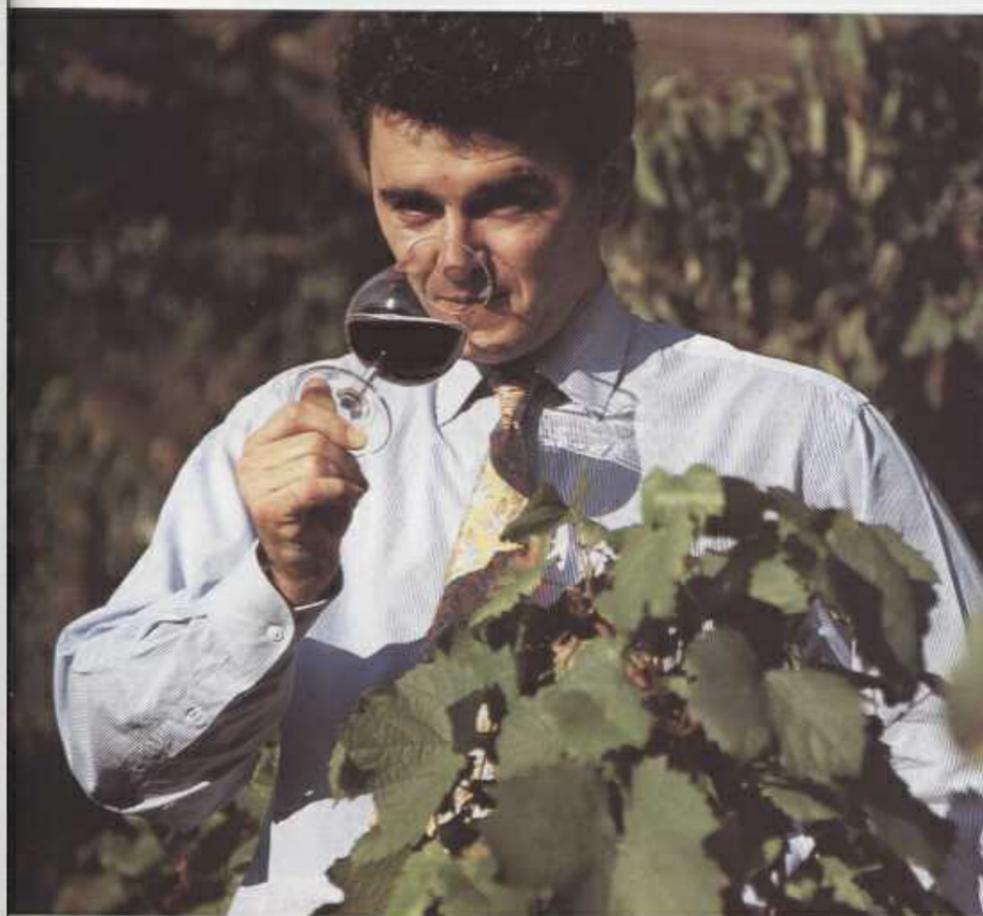


Letice, la joven hija de Olivier Ravier, elaborador de Beaujolais y Côte de Brouilly (foto superior). Abajo, personajes del Beaujolais representados en Le Hameau du Vin, un museo "virtual" del vino.



repetiendo por todas partes que el beaujolais nouveau no es un gran vino, ni pide reflexión, ni análisis, ni beneplácito de los expertos, y que, precisamente por eso, hay que beberlo.

Parece que resulta intolerable que se entregue para ser bebido alegre y frívolamente y que todo cuanto forma parte de su existencia esté pensado para que eso sea así: el propio vino (su color vivísimo, sus aromas descarados, su ligereza de grado), pero también cuanto lo envuelve: las etiquetas que personalizan las botellas (informales, divertidas, restallantes de colorido e intrascendencia), los folletos que distribuyen los



sus nombres asociados a los de la vecina Borgoña, lo que sólo consiguen en algunos ambientes de buenos conocedores de Francia y en contados países como Suiza, que es un gran comprador de todo tipo de beaujolais. El beaujolais nouveau le ha dado la fama al beaujolais, pero ahora sirve de lastre para los que quieren despegar de ese suelo marcado por los vinos recién elaborados, fáciles, intrascendentes, y que viajan con la pretensión explícita de no ser nada del otro mundo.

Eso no impide que los crus de Beaujolais, que se sitúan en el punto superior de la clasificación, y que, en algunos casos, envejecen muy bien (Moulin-au-vent, Morgon, Brouilly y Côtes de Brouilly), y que aspiran a contar entre los mejores, no vacilen a la hora de envolverse con el mismo lenguaje que los beaujolais nouveaux. En palabras del escritor gastronómico Bernard Frangin, que citamos al pie de la letra, para que nos sirvan como aproximación de las características de los diez "crus" considerados los grandes de Beaujolais, queda claro que también en estos *vins de garde* elaborados con gamay "priman los componentes aromáticos", aunque de un modo más sutil y complejo que en sus hermanos menores. Así, "el brouilly tiene gusto de uvas frescas y frutos rojos, como la frambuesa y la grosella. Si côte-de-brouilly, que está muy cerca del anterior desde todos los puntos de vista, a veces se inclina más hacia la almendra y el mirtilo. El regnié evoca también las frutillas rojas y la mora muy madura. En el caso del morgon, es la picota, el hueso de cereza y más fugazmente, la ciruela y la grosella. El chiroubles huele a violeta, a frambuesa y, vagamente, a dulce de membrillo. El fleury lleva al descubrimiento de flores como el lirio, con tonos especiados. El moulin-à-vent hace pensar en la azufaifa y en la rosa marchita; presenta netamente los aromas florales. Rosa marchita también para el chénas con, al inicio, pequeños toques animales. El juliéna huele a peonía, canela y violeta, y el saint-amour a albaricoque. Para completar, añadimos que el beaujolais-villages tendría tendencia a acercarse más bien al plátano".

Es la definición de Bernard Frangin para los "crus" de Beaujolais, que repiten técnicos y promotores, que no ignoran que, en la economía de la región, el beaujolais nouveau resulta irrenunciable y que se preguntan, sin duda, cómo hacer para, en vez de un solo vaso de oro, tener dos. La batalla de los jóvenes, pese a las dificultades, parece establemente ganada. Ahora empieza la apuesta por los "crus", que es ese segundo vaso de oro aún a medio llenar. De eso tratará el futuro. ■

Arriba, Frank Duboeuf, hijo de Georges Duboeuf, el mayor comerciante del Beaujolais. Junto a estas líneas, Joseph Mathieu, productor y elaborador

## DATOS PARA EL ÉXITO

### LA ZONA

La denominación de origen controlado (A.O.C.) Beaujolais forma un pasadizo de más de cincuenta kilómetros de largo y quince de ancho que se extiende, en dirección norte-sur, entre la Borgoña y la ciudad de Lyon, teniendo como límites al este el curso del río Saona, y al oeste el Macizo Central francés. A pesar de que tanto la variedad (aquí reina en exclusiva la gamay, frente a la pinot noir y a la chardonnay borjoñonas) como las técnicas de vinificación difieren, el Beaujolais forma enológicoamente el escalón más meridional del viñedo de la Borgoña: sus mejores viñedos limitan al norte con los del Maconnais.

### EL SUELO

Hay dos Beaujolais edafológicos. El del norte, donde se sitúan las diversas denominaciones de los crus, que son las más apreciadas, está formado por terrenos de origen hercínico, compuestos de detritus graníticos, pórfiro, esquistos y doritas, y que resultan los más apropiados para el desarrollo de las potencialidades de la gamay; y el del sur, sobre todo en la región de las Piedras Doradas, que es esencialmente arcilloso y arcillo calcáreo.

### EL CLIMA

De tipo continental mediterráneo, muy apto, por sus secos y calurosos veranos (con máximas de hasta 35 grados), para el cultivo de la vid. Está marcado por la frontera con el Macizo Central, que impide el paso de las borrascas atlánticas y mantiene la zona en una pluviometría de tipo medio (850 mm). Durante los inviernos se alcanzan temperaturas de diez grados bajo cero. Pero son raras las heladas antes de noviembre y después de los primeros días de abril.

### EL VIÑEDO

La práctica totalidad de las 22.500 hectáreas del viñedo del Beaujolais corresponden a cepas de la variedad gamay tinta de zumo blanco, única autorizada para los tintos de la región (los blancos representan una cantidad despreciable: un 2% de chardonnay). La gamay, perseguida y prohibida durante algunos períodos históricos, por considerarse de escasa calidad,

compone la brillante personalidad de los vinos del Beaujolais y, sobre todo desde los años sesenta a esta parte, ha sido sometida a numerosas investigaciones para disminuir sus rendimientos y aumentar su componente de azúcares. Se somete a podas cortas -en abanico o en vaso-, obligatorias para los beaujolais villages y para los crus, mientras que para el beaujolais y el beaujolais nouveau se permite la poda guyot. Para forzar la calidad de los rendimientos se obliga a una elevada densidad de pies por hectárea: entre los nueve mil quinientos y los diez mil.

### UNA VINIFICACIÓN PECULIAR

Beaujolais es, con Champagne, la única zona francesa en la que es obligatoria la



Los viejos pueblos del Beaujolais, con sus casas de piedra dorada, son punto de atracción para el viajero

vendimia manual, y esta causa estriba en la peculiar forma de vinificación semicarbónica que posibilita la gran riqueza aromática de sus vinos. Se vierten en las cubas los racimos enteros, que se amontonan y van aplastando por presión natural, liberando el mosto en un porcentaje del diez al treinta por cien, y que alcanzará durante la maceración cantidades mayores (entre un cuarenta y un setenta). Los racimos enteros de la parte superior de la cuba liberan carbónico, formando el sombrero y posibilitando tres fenómenos distintos durante la maceración. En el fondo de la cuba, la parte líquida, que desarrolla una fermentación alcohólica mediante la acción de las levaduras, que transforman el azúcar en alcohol. En la zona intermedia, permanecen



### LAS DENOMINACIONES DEL BEAUJOLAIS

La práctica totalidad de la producción de beaujolais se agrupa en 4 categorías. La denominación "Beaujolais" genérica, sin otra especificación, supone el escalón interior y



los racimos que flotan en ese líquido y que sufren la maceración, es decir, el paso de los componentes de la película vegetal -color y taninos- al vino en fermentación. Finalmente, en la parte superior, se sitúan los racimos en una atmósfera gaseosa en la que se desarrolla el metabolismo anaerobio o fermentación intracelular, que también produce alcohol, disminuye el ácido málico y aporta constituyentes aromáticos. Tras esta maceración, que dura entre cuatro y diez días, según el vino vaya a elaborarse como beaujolais nouveau, villages, o crus, se procede a liberar el vino obtenido por decantación y a prensar los orujos. Tras el coupage de ambos, se provoca la segunda fermentación, o maloláctica. Está autorizada la chapalización.

debe cumplir las normas establecidas para el cultivo del viñedo y la fermentación semicarbónica y alcanzar un mínimo de 9,5° para los blancos y 9° para los tintos. Se elabora en un centenar de localidades. El "Beaujolais Supérieur" es una denominación que apenas significa nada en el mercado: supone tan sólo que los blancos no deben bajar de los 10,5° y los tintos de los 10°. A mitad de camino entre el más sencillo "beaujolais" y las estrellas de la región vinícola (los "crus"), se sitúa la categoría "beaujolais villages", que permite poner en la etiqueta al lado de la palabra "beaujolais" el nombre del municipio en el que el vino ha sido elaborado. Esta denominación abarca unas seis mil quinientas hectáreas, pertenecientes a unos cuarenta municipios, que poseen suelos cristalinos o graníticos considerados excelentes para la uva gamay. Están obligados los productores de esta denominación a efectuar la poda en vaso. Al amparo de este marchio se elaboran unos trescientos cincuenta mil hectólitros. Los "crus" -término borjoñón que se aplica al cuarto y más elevado escalón de calidad y prestigio del beaujolais- están situados al norte y utilizan en la etiqueta con orgullo el nombre de la comarca. Son diez: Brouilly, con 1.200 has y 65.000 hls, Morgon (1.160 has, 58.000 hls), Fleurie (800 has, 44.000 hls), Moulin-à-Vent (660 has, 36.000 hls), Juliénas (580 has, 31.000 hls), Regnié (550 has, 32.000 hls), Chiroubles (320 has, 17.000 hls) Côte-de-Brouilly (290 has, 16.000 hls), Saint-Amour (280 has, 15.000 hls) y Chénas (240 has, 13.000 hls). ■

### COMER Y DORMIR EN BEAUJOLAIS

Resultaría poco menos que interminable enumerar la oferta hostelera y gastronómica de la región de Beaujolais. Lugares tan lujosos y carísimos, como el *Château de Bagnols* (en el municipio de Bagnols), donde uno puede dormir en la habitación cubierta de antiguos frescos que hospedó a Madame de Sevigné, o el *Château de Pizay* (en Saint-Jean-d'Ardières), los magníficos *Château de Chervignes*, en Gleizé, o el *Hotel Plaisance*, en Villefranche-sur-Saône encuentran su complemento en una numerosa red de pequeños hoteles, "logis" de France, e incluso agradables casas particulares que sirven como centros del turismo rural. También gastronómicamente el Beaujolais es un lugar privilegiado. En sus cercanías, hay una lluvia de estrellas Michelin (Tres en Roanne: *Troisgros*, o en Saint-Etienne: *Pierre Gaignaire*; dos en Montrond-les-Bains: *La Poularde*), y también en la región, lugares como *Jean Brovilly*, de Tarare, tienen su estrella. Pero, al margen de lo que diga la célebre guía, en el Beaujolais florecen numerosísimos restaurantes en los que se come estupendamente: *Le Cep*, en Fleurie, *Le Auberge du Faisan Doré*, en Villefranche; *Robin*, en Chénas; *Lassausaie*, en Chasselay; *Le Coq au vin*, en Juliénas; o el estupendo y popular *Le Maritimes*, en Romanèche-Thorins. Pero la lista es, sin duda, injusta, porque se deja muchos muy buenos fuera.

Los turistas pueden visitar los hermosos paisajes de viñedo, sobre todo durante los suaves otoños, los castillos y viejos pueblos con sus casas de piedra, especialmente en la comarca de las Piedras Doradas. Y los aficionados al vino no deben perderse, en Romanèche-Thorins, el gigantesco, espectacular e instructivo *Hameau du Vin*, un museo en el que se sigue el proceso del vino paso a paso con ayuda de las más modernas tecnologías, una especie de caprichoso Xanadú de ese ciudadano Kane del Beaujolais que es Georges Duboeuf.