

VINOS DE MADRID

UN TOQUE DE DISTINCION

■ ISMAEL DIAZ YUBERO

Director General del Medio Rural en la Comunidad Autónoma de Madrid

La Comunidad Autónoma de Madrid produce unos 35 millones de litros anuales de vino, aproximadamente un 15% de lo que consume. Este desequilibrio constituye una característica diferenciadora respecto a la mayoría de las regiones productoras de vino, que producen bastante más del que consumen en su región.

Los vinos de Madrid alcanzaron prestigio y renombre entre los siglos XVI y XIX, pudiéndose encontrar numerosas citas literarias de vinos de zonas tales como Fuencarral, Barajas, Getafe, Leganés, etc., en las que ya es casi imposible encontrar alguna cepa, al haberse colonizado el terreno que ocuparon sus antecesoras, por urbanizaciones, industrias o vías de comunicación. Sin embargo, no es difícil encontrar a pocos kilómetros del casco urbano de la capital, alguno de los viñedos que cubren unas 30.000 hectáreas en toda la Comunidad.

Hay que reconocer que nuestros vinos perdieron prestigio durante muchos años de este siglo, cuando se buscó más la cantidad que la calidad, cuando lo que se buscaba era graduación alcohólica y color y la venta se hacía, fundamentalmente, en forma de graneles sin marcas. La disminución del poder adquisitivo también afectó a las producciones enológicas.

Una nueva etapa comenzó en 1984, cuando se concedió la Denominación Específica "Vinos de Madrid". Dos años después, bajo el control de su Consejo Regulador, se empezaron a embotellar los primeros caldos. En 1990, el Minis-

terio de Agricultura, Pesca y Alimentación, tras comprobar los progresos producidos, concedió la Denominación de Origen que garantiza su calidad.

El consumidor madrileño está descubriendo que en su Comunidad se producen unos vinos que responden bien a los nuevos hábitos de consumo. Son frescos, con aromas frutales, afrutados, ligeros, bien elaborados, que cuando se someten a crianza, viran perfectamente, desarrollando sabores persistentes, con retrogusto balsámico, que les hace equilibrados y redondos.

Las bodegas madrileñas han pulido formas, estilos y presentaciones. Para ello, anticipan las tradicionales fecha de recolección, lo que da lugar a vinos más ligeros, adaptados a la demanda de consumidores jóvenes y dinámicos. Se seleccionan las variedades, que son, fundamentalmente, el Tinto Fino de Madrid (sinónimo de Tempranillo, base de la elaboración de los mejores vinos de Rioja); la Malvar, que les da aroma y persistencia; la Garnacha, que les proporciona cuerpo y redondez, la Albillo, base de vinos blancos de persistente sabor, consistentes, con cuerpo y con un "bouquet" muy personalizado. Algunas bodegas elaboran bajo el sistema de fermentación controlada, lo que permite obtener vinos limpios, más frescos y que pueden salir al mercado a los dos meses y medio de la recolección, es decir, en el mes de noviembre, lo que pronto les permitirá competir con los precoces "Beaujolais nouveau".

Los vinos de Madrid son diferentes a los de otras regiones. La variedad de uvas, el clima y la elaboración condi-

cionan el producto final, dándoles características propias.

El Consejo Regulador ejerce un estricto control de origen y calidad. Es consciente de que no dispone de cantidad, pero eso mismo hace factible controlar al máximo la calidad, de principio a fin, y convertirla en la meta y el objetivo perseguido.

El productor de vino madrileño sabe que su mercado natural es exigente, que no tiene un fuerte carácter regionalista y que, por ello, debe competir con vinos de otras procedencias. Pero sabe, también, que dispone de materia prima de calidad y de procesos de elaboración clásicos y modernos, capaces de proporcionar unos caldos que pueden satisfacer perfectamente las exigencias actuales.

Si observamos la evolución que en pocos años han tenido nuestros vinos, tenemos que se optimistas sobre su futuro. La tecnología que permite quemar etapas rápidamente y la iniciativa de los bodegueros que han sido capaces de:

- Experimentar nuevas variedades de uva y hacer vinos varietales de gran calidad con cepas adaptadas a nuestras tierras y a nuestro clima, tales como el Cabernet-Sauvignon.
- Lanzar al mercado vinos espumosos, que habrán de competir con los más prestigiosos Cavas.
- Cambiar las presentaciones en botellas y diseño de etiquetas modernas y acordes con la imagen que se quiere dar.
- Ofrecer una magnífica relación de precio-calidad.

Si a esto añadimos el acicate de los consumidores, que exigen y saben distinguir la calidad, es de prever que, a corto plazo, nuestros vinos consoliden, e incluso mejoren, la imagen que de ellos tienen ya los buenos conocedores.

Los vinos de Arganda, los de San Martín, los de Navalcarnero, son capaces de satisfacer los paladares más exigentes, de acompañar, según los tipos, los platos de la cocina clásica y los más sofisticados de la cocina moderna, sin olvidar que siguen teniendo sitio en el chateo tradicional, que tanta fama les proporcionó en otros tiempos.