

TINTO, BLANCO, ROSADO,  
ESPUMOSO, TAPÓN DE CORCHO vs DE ROSCA,  
MITOS, VINOS SOBREVALORADOS,  
QUÉ REGALAR, CÓMO ELEGIR,

**JANCIS ROBINSON** DESCIFRAR LA ETIQUETA,  
*Por la crítica de vino más respetada del mundo*

**EXPERTO EN VINO**

PARA QUEDAR BIEN, **EN 24 HORAS**

NUEVO vs VIEJO MUNDO,

DECANTAR, RITUAL DE LA CATA,

MARIDAR VINO Y COMIDA

# EXPERTO EN VINO EN 24 HORAS

Jancis Robinson

Revisión técnica  
Ferran Centelles



No se permite la reproducción total o parcial de este libro, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio, sea éste electrónico, mecánico, por fotocopia, por grabación u otros métodos, sin el permiso previo y por escrito del editor. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual (Art. 270 y siguientes del Código Penal).

Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra. Puede contactar con CEDRO a través de la web [www.conlicencia.com](http://www.conlicencia.com) o por teléfono en el 91 702 19 70 / 93 272 04 47.

© Jancis Robinson, 2018

© diseño, ilustración de cubierta y de interior: Jon Gray, via Abrams

© traducción: Cillero & de Motta

El editor no tiene ningún tipo de compromiso ni acuerdo comercial con ninguna de las marcas que aparecen en este libro.

Primera edición: enero de 2019

© Editorial Planeta, S. A., 2019

Av. Diagonal, 662-664, 08034 Barcelona (España)

Planeta Gastro es marca registrada por Editorial Planeta, S. A.

[www.planetadelibros.com](http://www.planetadelibros.com)

ISBN: 978-84-08-20201-1

D. L.: B. 2.5.242-2018

Impresión: Liberdúplex

Impreso en España – *Printed in Spain*

## ÍNDICE

Prólogo, por Ferran Centelles .....	11
Bienvenido .....	15
Algunas explicaciones básicas .....	17
¿Qué es el vino? .....	19
¿Cómo se elabora el vino?.....	19
¿Tinto, blanco o rosado? .....	21
¿Qué encontramos en los nombres?.....	22
Elegir la botella decuada .....	23
Cómo comprar en tiendas especializadas .....	25
¡Sea atrevido! .....	26
Cómo elegir en la carta de vinos de un restaurante.....	27
Diez maneras de elegir la botella adecuada .....	29
Botellas y etiquetas .....	31
Pistas en la botella .....	33
Tamaños de botella .....	34
Pistas en la etiqueta .....	34
Graduación del vino .....	36
Graduaciones alcohólicas medias .....	38
Cómo catar un vino .....	39
Términos comunes de cata.....	44
«Supercatadores» .....	52

<b>Maridar vino y comida</b> .....	53
Maridar productos con vinos concretos .....	55
Maridar vinos con productos concretos .....	56
Rituales en restaurantes .....	59
<b>Un vino para cada ocasión</b> .....	61
Para quedar bien con todos .....	64
Para impresionar .....	64
Para regalar .....	65
Mis productores de champán favoritos .....	66
Veinte vinos que dejan sin respiración (y hacen temblar la cartera).....	67
Lo que su elección dice de usted .....	68
<b>¿Cuánto hay que pagar?</b> .....	69
Algunos vinos a buen precio .....	71
Algunos vinos sobrevalorados .....	72
Vinos por los que pagaría lo que fuera.....	72
<b>Diez mitos comunes en el mundo del vino</b> .....	73
<b>Instrumentos básicos</b> .....	75
Copas .....	77
El envase .....	79
¿Tapón de corcho, sintético o de rosca? .....	80
Cómo descorchar una botella .....	81
Cómo abrir una botella de espumoso .....	81
<b>Otros tipos de vino</b> .....	83
Espumosos .....	85
Fortificados .....	86
Dulces .....	87
«Integrales» .....	87
<b>Diez consejos básicos</b> .....	89

<b>Cómo tratar el vino</b> .....	91
Por qué la temperatura importa .....	93
Cómo enfriar y templar un vino .....	94
Cuándo decantar .....	95
Vino sobrante .....	97
Qué vinos necesitan tiempo .....	98
Cuánto tiempo se puede guardar un vino .....	100
Cómo almacenar el vino .....	101
<b>Variedades de uva</b> .....	103
Guía rápida de conocimiento sobre vino .....	105
<b>Uvas blancas más comunes</b> .....	106
Chardonnay .....	106
Sauvignon blanc .....	107
Riesling .....	107
Pinot gris/grigio .....	108
<b>Uvas tintas más comunes</b> .....	109
Cabernet sauvignon .....	109
Merlot .....	110
Pinot noir .....	111
Syrah/shiraz .....	112
Tempranillo .....	113
Nebbiolo .....	113
Sangiovese .....	114
<b>Las diez variedades de uva más comunes</b> .....	115
<b>Regiones vinícolas que hay que conocer: guía básica</b> .....	117
<b>Francia</b>	
Burdeos.....	120
Borgoña.....	120
Beaujolais/Mâconnais .....	121

Champaña .....	122
Ródano septentrional .....	122
Ródano meridional .....	123
Loira .....	123
Alsacia .....	124
Languedoc-Rosellón .....	124
Jura .....	125
Italia	
Piamonte .....	126
Trentino-Alto Adigio .....	126
Friuli .....	127
Véneto .....	127
Toscana .....	127
Umbría .....	128
Las Marcas .....	128
Campania .....	128
Apulia .....	129
Cerdeña .....	129
Sicilia .....	129
España	
Galicia y el Bierzo .....	130
La Rioja .....	131
Ribera del Duero, Rueda y Toro .....	132
Cataluña .....	132
Andalucía .....	133
Estados Unidos	
California .....	135
Oregón .....	138
Washington .....	138

Resto del mundo	
Portugal .....	139
Alemania .....	140
Austria .....	141
Norte de Europa .....	142
Europa central, oriental y más .....	142
Mediterráneo oriental .....	143
Canadá .....	144
Sudamérica .....	144
Argentina .....	144
Chile .....	145
Brasil y Uruguay .....	145
Sudáfrica .....	145
Australia .....	146
Nueva Zelanda .....	147
Asia .....	148
<b>Nuevo Mundo / Viejo Mundo .....</b>	<b>149</b>
<b>Glosario .....</b>	<b>151</b>
<b>Dónde encontrar más información .....</b>	<b>159</b>

## **Cómo comprar en tiendas especializadas**

La gran variedad de botellas de vino disponible en la mayoría de las tiendas, ya sean físicas o en línea, puede desconcertar. La tabla de las págs. 29-30 recoge diez consejos, pero es casi imposible orientar a alguien hacia una botella concreta sin conocer sus preferencias y sin estar a su lado. Cuando escribo, mi papel consiste en proporcionar a los consumidores de vino información suficiente para que ellos puedan realizar elecciones fundamentadas.

Cuando me preguntan cómo elegir un vino, siempre sugiero establecer una relación con la tienda especializada de su barrio. Existen grandes paralelismos entre las tiendas de vino y las librerías. Del mismo modo que podemos explicar a un librero lo que nos gusta y lo que no para que nos haga una recomendación personalizada, una buena estrategia consiste en explicar a un profesional del vino lo que nos gusta y pedirle que nos recomiende algo parecido pero mejor, más atrevido o a mejor precio. Los supermercados tienen gran capacidad de compra, que solo es útil para los vinos más baratos, y no suelen elegir vinos por su calidad. Por eso tiene sentido incentivar a las tiendas especializadas, que de verdad entienden y se preocupan por cada botella que venden.

Para empezar, consulte la tabla de las págs. 26-27 para ver sugerencias algo más atrevidas, basadas en «si le gusta X, le encantará Y».

Pero si prefiere realizar personalmente todas sus compras, o quizá no tiene cerca ninguna tienda física, consulte todas las fuentes de información útil que ahora hay disponibles tanto en papel como en línea. Véase también «Cómo elegir en la carta de vinos de un restaurante» (págs. 27-29).

## ¡Sea atrevido!

La elección obvia

### **La alternativa inteligente**

*(a veces más barato, a menudo más interesante)*

Prosecco

**Crémant du Jura, Crémant de Limoux**

•

Champán

**Vino espumoso inglés**

•

Champán de renombre

*(NM en letras pequeñas en la etiqueta)*

**Champán de pequeño productor**

*(RM en letras pequeñas en la etiqueta)*

•

Pinot grigio

**Grüner veltliner de Austria**

•

Sauvignon blanc de Nueva Zelanda

**Sauvignon blanc de Chile**

•

Puligny-Montrachet

**Chablis premier cru**

Mâcon blanco, Pouilly-Fuissé

**Blanco del Jura**

•

Borgoña blanco

**Godello de Galicia**

•

Meursault

**Jerez fino o manzanilla**

•

Beaujolais

**Nuevos tintos de Maule e Itata,  
en el sur de Chile**

•

Malbec de Argentina

**Côtes-du-Rhône tinto**

•

Rioja

**Garnacha de España, Calatayud, Campo de Borja**

•

Châteauneuf-du-Pape

**Vinos de una sola propiedad del Languedoc-  
Rosellón**

•

Burdeos tinto elegante

**Douro tinto**

### **Cómo elegir en la carta de vinos de un restaurante**

Por lo general, en un restaurante o en un bar hay menos donde elegir que en una tienda, y el sobreprecio es mucho mayor (del 100 al 300 por ciento sobre el precio de coste), por lo que

los errores salen mucho más caros. Históricamente, la mayor parte del beneficio de la gran mayoría de los establecimientos procedía de la venta de bebidas alcohólicas, pues se pensaba que era más probable que la gente supiese cuánto valía un filete que una botella de vino concreta. Sin embargo, con la generalización de los *smartphones*, el sitio web Wine-Searcher.com (que lista precios de venta al por menor de todo el mundo) y aplicaciones como Raisinable (que analiza cartas de vinos en restaurantes, de momento solo en Londres y Nueva York, para identificar los menores sobrepuestos) hacen que a los restauradores les sea cada vez más difícil embaucar a los consumidores.

Si desea controlar su elección en la carta de vinos, le recomiendo que aproveche todas las fuentes de información disponibles hoy en día. Muchos restaurantes publican en internet sus cartas de vinos, por lo que puede investigar con antelación y comprobar cómo valoran los vinos que le puedan interesar algunos críticos de renombre (¡ejem!) o sitios web como CellarTracker.com.

Si no le es posible investigar antes de su visita, siempre puede llevar consigo su móvil y realizar una búsqueda rápida de los vinos que le gusten. (Consulte mis sugerencias sobre maridajes de comida y vino en las págs. 55-59.)

Pero si no logra decidirse, o siente que no tiene información suficiente, no lo dude: pida consejo al sumiller. Al contrario de lo que se suele pensar, esto no es ningún signo de debilidad. De hecho, diría que pedir consejo puede ser una señal de confianza y experiencia, mientras que los comensales sin conocimientos suelen sentirse demasiado cohibidos para entablar una conversación con un sumiller. A cualquier buen sumiller le encanta hablar sobre vino. Antaño sí que había camareros que escondían sus escasos conocimientos sobre el vino, al que apenas prestaban atención, tras una máscara de arrogancia. Pero los sumilleres actuales son verdaderos apasionados, siempre dispuestos a ofrecer reco-

mendaciones a diferentes niveles de precios. Una vez pedida la comida, podría preguntar: «me gustaría gastar en torno a X; normalmente nos gusta Y», o «busco un tinto y un blanco, ¿qué nos recomienda?». Alegrará el día al sumiller.

No le dé vergüenza pedir alguno de los vinos más baratos de la carta; solo los oligarcas y magnates del petróleo a los que no les importa tirar el dinero optan por las opciones más caras.

## Diez maneras de elegir la botella adecuada

---

1. Evite las botellas que hayan estado almacenadas cerca de una luz intensa (no acepte una del escaparate) o fuentes de calor. El vino puede haber perdido su fruta y frescura.
2. Busque vinos embotellados lo más cerca posible del lugar donde se cultivaron las uvas. La etiqueta debe indicar la dirección, o al menos el código postal, del embotellador, si no coincide con el productor. Desconfíe, por ejemplo, de un vino de Nueva Zelanda embotellado en el Reino Unido. Una proporción creciente de vino se distribuye a granel por el mundo, lo que puede resultar ecológico para vinos baratos, pero cualquier productor serio insistirá en embotellar él mismo sus vinos. En las etiquetas francesas, busque «*Mis en bouteille au domaine/château*».
3. Si el tapón es de corcho natural, elija un vino que haya estado almacenado en horizontal, lo que mantiene el corcho húmedo y evita la oxidación.

4. Compruebe el nivel de llenado en el cuello de la botella. No debe haber más de dos o tres centímetros por encima de la superficie del vino en una botella vertical, pues supondría demasiado oxígeno, perjudicial en contacto con el vino.
5. En los vinos buenos puede ser muy difícil recordar con exactitud qué año es mejor en qué región. Un truco puede ser mi «regla del cinco»: todas las cosechas desde 1985 divisibles por cinco (que acaben en 5 o en 0) han sido bastante buenas.
6. Desconfíe de las contraetiquetas demasiado específicas en su descripción del sabor y los maridajes recomendados. Puede ser síntoma de exceso de marketing. Prefiero detalles sobre cómo se elaboró el vino.
7. Consulte en el móvil las valoraciones y opiniones de críticos y otros aficionados al vino.
8. Acuda a tiendas especializadas y pida consejo. Si le aconsejan mal, busque otra, hasta encontrar una que le satisfaga.
9. En el caso de vinos económicos blancos, y especialmente rosados, elija la añada más joven disponible.
10. Si hay una botella de oferta especial, pregunte por qué; a veces es porque el vino no está en buenas condiciones o es demasiado viejo.

BOTELLAS Y ETIQUETAS

## Pistas en la botella

La botella bordelesa clásica se suele emplear para tintos elaborados principalmente con cabernet o merlot, independientemente de dónde se hayan elaborado, y para burdeos blancos.

La forma clásica de la botella de Borgoña y del Ródano es muy común, sobre todo para tintos basados en pinot noir, syrah y garnacha, y para chardonnays, pero también para muchos otros vinos.



botella  
bordelesa  
clásica

botella  
borgoñona  
clásica

Las botellas de vinos espumosos deben tener un vidrio más grueso para resistir la presión del interior. Suelen parecer grandes botellas borgoñonas, aunque muchos de los champanes más caros presentan sus propias botellas especiales.

### **Tamaños de botella**

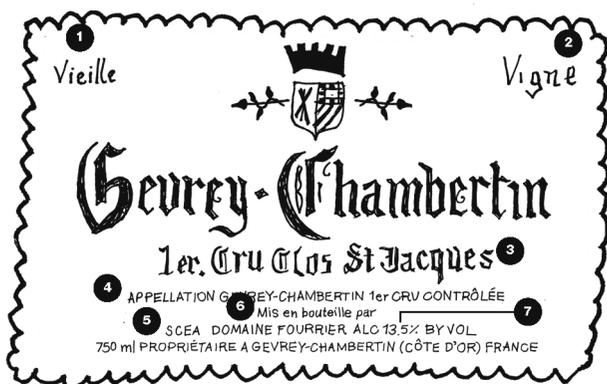
La botella estándar contiene 75 cl de vino, por lo que las copas de vino en los restaurantes suelen ser fracciones netas de ese volumen. Las medias botellas contienen 37,5 cl, pero son difíciles de encontrar porque: a) a los productores les interesa vender tanto vino como sea posible; b) les preocupa que proporcionalmente haya demasiado oxígeno en la botella para un envejecimiento prolongado; y c) cuestan lo mismo de llenar, tapar y etiquetar que una botella normal. La teoría en el sector vitivinícola es que el tamaño perfecto para una excelente maduración es el mágnium (150 cl), con una relación óptima entre volumen de vino y oxígeno. (Como contraargumento, un mágnium con un corcho de mala calidad resulta especialmente desastroso.) Botellas más grandes de vinos buenos no suelen servir más que para presumir.

### **Pistas en la etiqueta**

En mi opinión, la etiqueta de un vino puede conducirnos hasta un productor concreto de forma más directa que en ningún otro producto. Como comentó el publicista retirado John Dunkley al establecer la finca toscana de Riecine, «la producción de vino es la única actividad en la que una persona puede encargarse de todo, desde la tierra hasta la etiqueta o las ventas».



1 productos 2 denominación de origen 3 variedad de uva



1 significa «vieja» (término no regulado) 2 significa «viña» 3 viña donde se cultivaron las uvas 4 denominación de origen 5 productor 6 la mayoría de los vinos deben indicar quién los embotelló y dónde 7 graduación alcohólica

Las etiquetas de vinos europeos, como Gevrey-Chambertin de Fourrier (arriba), suelen centrarse en las denominaciones geográficas más que en los nombres de las uvas. Confían en que las contraetiquetas informen al consumidor sobre lo que pueden encontrar en la botella (no siempre es así), o asumen su conocimiento (esto es un poco peligroso).

La etiqueta frontal del Domaine Drouhin nos indica dónde se cultivaron las uvas y de qué variedad son, pero todos los detalles y la información obligatoria se encuentran

en la contraetiqueta, práctica habitual, sobre todo fuera de Europa.

En las págs. 105-114 encontrará una guía rápida de las variedades de uva más comunes y en las págs. 117-148, una visita rápida por las principales regiones vinícolas del mundo.

### **Graduación del vino**

Todas las etiquetas deben especificar el porcentaje de alcohol por volumen (aunque las americanas tienden a utilizar la fuente más pequeña posible para indicar el grado alcohólico). Recomiendo tener este dato en cuenta, pues puede influir mucho en cómo se sentirá a la mañana siguiente. Un vino con un 15 por ciento de alcohol es más potente que uno con un 13 por ciento en más de una séptima parte. No obstante, cabe tener presente que no son infrecuentes variaciones del 0,5 % entre la graduación alcohólica indicada y la real. Cuando estaban de moda los vinos potentes, los productores solían exagerar los niveles de alcohol; ahora más bien tienden a redondear la graduación indicada a la baja.

Como ya comentaba en el apartado «¿Cómo se elabora el vino?» (págs. 19-21), cuanto más cálido sea el clima de una región, más alcohólicos serán los vinos que vaya a producir –aunque a veces los productores, en especial en las regiones vinícolas frías de Alemania, dejan un poco de azúcar de la uva sin fermentar en vez de fermentarla toda en alcohol, con lo que sus vinos más dulces contienen solo un 7-9 por ciento de alcohol–. En cambio, la mayoría de los vinos tranquilos en el mercado actualmente oscilan entre los 13 y los 14,5 grados de alcohol. Sin embargo, en regiones vinícolas cálidas, como Châteauneuf-du-Pape, en el sur del Ródano, donde la uva local (garnacha) necesita alcanzar una madurez considerable para expresarse por completo, los vinos pueden alcanzar fácilmente un 15,5 o hasta un 16 por ciento.

En casi todo el mundo, la tendencia actual es intentar reducir la graduación alcohólica sin reducir el sabor y el carácter del vino, por lo que cada vez se ven más vinos con un 11-13 por ciento de alcohol. Dado que una acidez alta es clave en los vinos espumosos de calidad, las uvas para el champán y otros espumosos se suelen vendimiar antes que las destinadas a vinos tranquilos, con lo que los vinos resultantes suelen tener en torno al 12 por ciento de alcohol, mientras que el fresco y levemente efervescente moscato se sitúa a mitad de camino entre el mosto y el vino, con un 5-7 por ciento de alcohol.

En términos generales, cuanto más lejos del ecuador, menos alcohol. No obstante, en regiones frías de Europa se permite a los productores añadir azúcar al zumo de uva en fermentación para conseguir un 1 o 2 por ciento de alcohol adicional. Es lo que se conoce como «chaptalización», por Jean-Antoine Chaptal, uno de los ministros de Napoleón. Chaptal concibió el proceso a principios del siglo XIX, cuando sirvió para aprovechar un excedente de remolacha azucarera.

En cierto modo, es lo contrario a la acidificación, técnica muy empleada en las regiones vinícolas cálidas (y cada vez más permitida en regiones frías tras un verano especialmente caluroso) que consiste en añadir ácido, normalmente tartárico (piense en el crémor tártaro), presente de forma natural en las uvas, al zumo de uva en fermentación. Lo que siempre está prohibido es la chaptalización y la acidificación del mismo tanque.

## Graduaciones alcohólicas medias

---

**5-7%**

Moscato, Asti

**7-9%**

Vinos del Mosela con cierto dulzor

**9-12%**

Vinos alemanes más secos, vinos de vendimia  
deliberadamente temprana

**12-13%**

Champán y otros vinos espumosos, una proporción  
creciente de vinos tranquilos

**13-15%**

La gran mayoría de los vinos tranquilos  
en el mercado actualmente

**15-20%**

Vinos fortificados como el jerez, el oporto  
y el madeira, moscateles más fuertes, etc.  
(véase «Otros tipos de vino» [págs. 83-88])