

Vinos de Autor

ESTILO LIBRE

Son vinos estrictamente personales. Únicos y arriesgados. Son vinos donde, sin presiones comerciales, los enólogos pueden desarrollar toda su destreza y, tal vez, embotellar parte de su alma.

EDUARDO BRETHAUER R.



O EXISTE UN PATRÓN COMÚN.

Los llamados vinos de autor están marcados por las filosofías, personalidades, experiencias y recursos de sus creadores. Son vinos estrictamente personales. Algunos enólogos optan por el academicismo y se especializan en un terroir específico. Otros mezclan distintos valles y cepas, e intentan mostrar un carácter diverso, cosmopolita y moderno.

Quizás el único elemento común es que los enólogos no están sujetos a reglas. No tienen que obedecer los gustos de los dueños de las viñas o los diseños del mercado. Son absolutamente libres para crear un producto único, limitado e íntimo, y alejarse del fantasma de la estandarización que acecha la oferta mundial de vinos.

A pesar de que algunos enólogos son dueños de viñas, como Alejandro Hernández, Aurelio Montes o Pablo Morandé, los vinos de autor funcionan con otra lógica. No son proyectos ambiciosos. No pelean en el segmento de los vinos masivos. No intentan complacer un supuesto gusto internacional. No hacen peligrar el control del negocio. Son vinos que se hacen por placer, en pequeñas cantidades y que apuntan a un círculo más estrecho, pero no por eso menos exigente: amigos, familiares y consumidores cultos e inquietos.

Sin embargo, estos vinos no siempre fueron libres. Debido a una (in)entendible postura, muchos empresarios vitivinícolas no veían y no ven con muy buenos ojos que sus enólogos se lancen con sus propias producciones. Les preocupa que sus empleados puedan perder el foco, distraerse, marcar demasiada diferencia con sus vinos. Esta postura, empero, huele obsoleta. Hoy la industria chilena se siente más segura de sí misma. Ha comprendido que los emprendimientos personales de sus enólogos pueden aportar valor a sus compañías, proyectando al mundo una imagen más moderna, flexible y donde la búsqueda de autosatisfacción de sus colaboradores no es una mera declaración de principios, sino una realidad.

PURO ROCK SINFÓNICO

Facundo fue concebido en el seno del matrimonio conformado por Constanza Schwaderer, enóloga de Viñedos y Bodegas Córpora, y Felipe García, enólogo de Casas del Bosque. En un comienzo, específicamente durante los dos primeros años, lo hicieron a escondidas, a hurtadillas, pero finalmente decidieron explicitar el fruto de su amor por el vino a través de una concurrida y feliz presentación en sociedad.

— ¿Y fue un parto natural o una cesárea?— le pregunto a Constanza.

— El proceso fue súper natural. Fácil. Lo más complicado fue elegir el nombre, la etiqueta, la cápsula.

Pensaban bautizarlo Láscar, como el volcán que vigila el poblado de San Pedro de Atacama, pues en ese lugar disfrutaron de sus primeras vacaciones en pareja. Incluso la hermana de Constanza les regaló dos perros y uno de ellos responde a ese nombre. Sin embargo, no fue posible inscribirlo y debieron pensar en otra cosa.

SIGNATURE WINES TO EACH HIS OWN

These are strictly distinctive wines. Unique and daredevil. Subject to no commercial pressure whatsoever, winemakers are free to let their skill go free and why not, even bottle a portion of their soul.

THERE IS NO COMMON PATTERN. Signature wines rely on the philosophies, personalities, experiences and resources of their creators. These are strictly distinctive wines. Some winemakers opt for academicism and specialize in a particular terroir. Others combine various valleys and varieties and do their best to feature a diverse, cosmopolitan and modern style.

Perhaps the single element in common is that winemakers are subject to no rules. They don't have to abide by winery owners' tastes or preferences, let alone by market rules. They are absolutely free to create a unique, limited and personal product, and leave aside the standardization ghost that haunts the global wine supply.

Even though some winemakers are also winery owners, like Alejandro Hernández, Aurelio Montes or Pablo Morandé, signature wines operate according to a different approach. Far from being ambitious projects, they do not fight for a place in the mass wine segment. Neither do they try to please an alleged international taste or threaten to jeopardize the control of the business. Signature wines are made for the simple sake of pleasing their own creators, in small quantities and are aimed at a more reduced, but in no way less demanding target market: friends, relatives and knowledgeable and restless consumers.

Still, these wines were not always free as they now are. Due to an (in)comprehensible stance, many wine entrepreneurs didn't fully support the idea of seeing their winemakers let their spirits go free when making their wines. They worry that their employees may lose the focus, get lost, overstress difference when it comes to their wines. Yet, this approach sounds a bit extemporaneous. Chile's industry is today more sure of itself. It has understood that the personal undertakings of winemakers can add value to their companies and show an increasingly modern and flexible image where the quest for self-satisfaction of winemakers is not a mere declaration of principles, but a truth on its own.

SYMPHONIC ROCK TO THE CORE

Facundo is the offspring of Constanza Schwaderer, winemaker of Viñedos y Bodegas Córpora, and Felipe

FACUNDO 2006

Esta mezcla de valles y cepajes tintos tiene una gran personalidad. Su nariz es entretenida. Multidimensional. Nos transporta a parajes agrestes, donde crecen murtillas, hierbas buenas y violetas. También se sienten notas de cedro, almizcle y tonos animales muy sutiles. Es jugoso y de una muy buena estructura. De taninos firmes que pueden suavizarse en botella. Un vino con una gran capacidad de guarda.

This blend of valleys and varieties boasts personality. The nose is lively, multidimensional. A wine that takes you to wild lands, plenty of Chilean guava, mint and violets. With notes of cedar, musk and very subtle animal hints. Juicy and round. Firm tannins that can grow gentler in the bottle. A wine with great aging potential.



Constanza Schwaderer
Felipe García

“Buscamos y buscamos y llegamos a la conclusión de que las marcas reconocidas en el mundo llevan un solo nombre. Pensábamos en una sola palabra, pero no la encontrábamos, no nos poníamos de acuerdo”, cuenta la enóloga.

Constanza esperaba nuevamente un hijo. A los seis meses, el médico les comunicó que existía un 80% de posibilidades de que fuera un niño. Felipe estaba feliz porque dejaría de ser chancletero. Ya soñaba con un hijo rockero que se sentara sobre sus hombros durante los recitales. Pero tampoco se ponían de acuerdo con el nombre. Él insistía en Facundo, pero ella pensaba que sonaba muy argentino. Finalmente fue niña y el destino fue el encargado de bautizar el vino.

Las cosas fueron muy diferentes a la hora de diseñar el vino. Todo fluyó en forma muy natural. La pareja no quiso amarrarse a una zona específica y, como Felipe venía de la viña Calina en el Maule, conocía a muchos productores que cortaban uvas muy interesantes y colmadas de historia. Fue así como se decidieron por el Carignan y Cabernet franc de Loncomilla, acompañado de un Cabernet sauvignon proveniente de unas parras muy viejas de Itata y Petit verdot de Lolol.

“Nos gustaban los vinos de la VII Región. La uva es buena, madura, pero fresca, con pHs muy bajos. No tiene un Cabernet típico, sino uno con más personalidad y que nos identifica más como enólogos, reflejando zonas de tradición y cepas con distintos caracteres. Definitivamente Facundo es un vino al gusto nuestro”, dice Constanza.

— ¿Y es un vino rockero, como Felipe?

— Rockero, pero fino, como Freddy Mercury.

García, winemaker of Casas del Bosque. At first, that is, in the early years, they kept their relation undisclosed but finally decided to go public and show the result of their love in a grand and exciting launching event.

— So, how was it? — I ask addressing Constanza.

— It went pretty smoothly, easily. Perhaps the toughest part was choosing the name, the label and the capsule.

At first, the thought we'd call it Láscar, after the volcano that overlooks the San Pedro de Atacama village, since that's where the couple first went on vacation. Constanza's sister even gave them two puppies, one of which is called Láscar. Registration of that name didn't work out, so they had to think of another one.

“We searched and searched and finally found out that world-famous brands bear a single name. We were after a plain name, but we didn't seem to find one or agree on one,” Schwaderer tells.

By that time, Constanza was pregnant. When she was 24 months along in her pregnancy, her OB told them that they had 80% chances that the baby was a boy. Felipe was thrilled about their first baby-boy. He was even dreaming of a rock-fan he'd carry on his shoulders at concerts. Still, they didn't seem to agree on a name for their child either. He was pushing for 'Facundo', but Constanza found that it sounded too much Argentine. Their baby was finally a girl