

Un país que ha bebido:

de la hegemonía del vino al spritz

Lejanos se ven los tiempos en que los chilenos bebían vino, tinto o blanco, y poco más. Atrás quedaron también las épocas en que el whisky importado no solo costaba una fortuna, sino que era muy difícil de conseguir en el comercio. Hoy todo es variedad. Por lo mismo, sobre todo en lo que a vino respecta, tomamos menos, pero mucho mejor.

Por **Álvaro Peralta Sáinz**

S

egún cifras del Servicio Agrícola y Ganadero (SAG), en Chile la producción anual de vino supera los 1.000 millones de litros. De esa cifra, alrededor de 700 mil litros se exportan, mientras que el resto queda para consumo interno. Es decir, nos tomamos ese vino restante, lo que da un consumo anual de alrededor de 20 litros per cápita, tres veces menos de lo que bebíamos en la década del 70. Bastante poco para ser el cuarto país con la mayor exportación de vino en el mundo.

Esta baja tiene que ver con grandes cambios en los gustos de los chilenos, lo que podemos ver en el Estudio Tres Generaciones de Cadem, realizado para este especial aniversario de La Tercera y en el que se desprende que los encuestados de entre 18 y 25 años identifican como sus bebidas alcohólicas favoritas la cerveza (26%), la pisco (11%) y el vino (10%). En cambio, los que están entre los 65 y 74 años, quienes crecieron cuando el vino mandaba sin contrapeso, lo posicionan como su número uno (39%). Más abajo viene la cerveza (18%) y al final la pisco (6%). Sin duda, otro paladar.

¿Sólo vino?

Según cuenta José del Pozo en su Historia del Vino Chileno, a inicios del siglo pasa-

do la producción de vinos en el país creció considerablemente, generando dos grandes problemas: el precio del producto solo bajaba dada la abundante oferta y el consumo de vino llegaba a cifras alarmantes, como los 100 litros per cápita anuales. Es decir, se estaba generando un verdadero semillero de alcohólicos, ya que casi nada se exportaba y todo el vino se tomaba en el país. Por lo mismo, a partir de la década del 40 se implementaron desde el Estado diversas medidas antialcoholismo que incluyeron hasta el arranque de viñedos. Algo sirvieron estas medidas, porque según cifras de Vinos de Chile, en los años 70 el consumo per cápita ya había bajado a los 59 litros. Aún así, seguía siendo un consumo alto, pero que inevitablemente vendría a la baja hasta nuestros días.

“Efectivamente, en algunos momentos de nuestra historia se bebía mucho vino, porque la realidad es que no había mucho más que tomar”, explica el investigador vitivinícola Álvaro Tello, agregando que el consumo de vino en Chile “se trata de algo bien evolutivo con el tiempo, partimos de este alcoholismo desatado en un momento, que luego va bajando o al menos diversificándose, porque además de las medidas restrictivas van entrando otros licores y bebidas que le compiten al vino”.

Por otra parte, Tello destaca que además de la aparición de alternativas en el consumo de bebidas alcohólicas que fueron apareciendo durante la segunda mitad del siglo pasado, también está el factor que “el vino siempre fue una bebida perseguida. La persiguió Frei Montalva con la famosa Ley de la Jornada Única, con la que las personas no podían volver a almorzar a sus casas y comer con vino. Hubo otras leyes que le pusieron impuestos, le pusieron sellos. Al final fueron varias cosas que de alguna manera colaboraron en esta baja”, asegura Tello. De esta forma, el consumo de vino siguió bajando y de alguna manera esta bebida fue acostumbrándose a compartir las estanterías de bares, botillerías y –más adelante– supermercados con otros productos que poco a poco irían entrando a escena. Pero ojo, en paralelo a su baja en el consumo, el vino chileno también irá ganando en calidad y diversidad.

Siempre hay novedades

Si bien el consumo de vino no paró de bajar durante la segunda mitad del siglo pasado, está claro que hacia fines de los 70 y principios de los 80 se le asestó un golpe no letal, pero que sí lo noqueó. Se trata de la cerveza, que si bien ya existía desde hacía muchos años en el país, comenzó a producirse y distribuirse por todo el territorio. ¿La clave de su crecimiento?

La mayor existencia de refrigeradores en los comercios y casas de los chilenos, algo que siempre le había jugado en contra en años anteriores. “La irrupción de la cerveza en los 80 fue un golpe duro para el vino”, cuenta el periodista Patricio Tapia, autor de la guía de vinos Descorchados, explicando que “a diferencia de otros alcohóles, la cerveza también se puede beber para acompañar las comidas, entonces lo que pasó es que cambiaron las reglas del juego, porque hasta ese momento el vino tenía un papel exclusivo como acompañante de las comidas”.

Según cifras de la Asociación de Cerveceros de Chile (Acechi), actualmente en el país se beben 46 litros per cápita al año de cerveza. Además, el mercado cervecero nacional es más que potente, con una gran cantidad de marcas nacionales e importadas –además de las artesanales– disponibles para los siempre sedientos consumidores. “La industria cervecera ha crecido desde lo simple y lo ha hecho muy bien, porque le permitió acercarse, sobre todo, al consumidor joven”, cuenta el sommelier Héctor Riquelme.

Por otra parte, aunque no se disfrutaban junto a las comidas, los destilados también fueron apareciendo dentro de las alternativas que tenían los chilenos a la hora de consumir bebidas alcohólicas. Por ejemplo, el pisco, que aunque muy antiguo en su producción en el país, vivió una verdadera revolución en su consumo a partir de la década de los 80, cuando de la mano del

SIGUE EN PÁGINA 24 ►►



►► VIENE DE PÁGINA 22

fuerte desarrollo de las bebidas de fantasía, la tan famosa piscola comenzó a transformarse -hasta la actualidad, aunque varias veces la han dado por muerta- en el cóctel preferido de los chilenos.

Y ojo, que no se toma poco pisco en Chile. De hecho, la producción pisquera nacional actualmente supera los 35 millones de litros y se consume casi en su totalidad en el mercado nacional. Además, el primer destino del pisco peruano en el extranjero es... Chile. Es decir, nos estamos tomando todo el pisco que producimos y buena parte del peruano.

Pero volviendo a la historia, hay que destacar que gracias a la bonanza económica de los 90 y nuestras fronteras abiertas al comercio, fueron también apareciendo otros destilados, como el whisky, ron (que fue furor a inicios de los 2000), bourbon y vodka, los que poco a poco se nos hicieron común ver en bares, supermercados y hasta botillerías. De paso, prácticamente hicieron desaparecer las versiones nacionales de varios de estos destilados, con nombres tan recordados como Ron Silver o Coñac Tres Palos, que no sabían del todo bien y provocaban mañanas terribles.

Además, gracias a la proliferación de restaurantes peruanos, el pisco sour -ahora preparado a la peruana- vivió un segundo aire que se mantiene hasta la actualidad y que por estos días lo tiene hasta en los no-

ticiarios. Al final, la llegada de todos estos nuevos actores en el rubro del alcohol a lo largo de los años de alguna manera hizo que las nuevas generaciones se inclinaran más por las novedades que por el vino, que siempre estuvo.

Más golpes

Aunque en rigor también es un vino, el espumante siempre ha sido un producto con características bien particulares y con un consumo acotado más bien al inicio de las celebraciones y, por supuesto, en los momentos de brindis. Sin embargo, desde más o menos el inicio de la década pasada el espumante -ya no se dice champaña- comenzó a tener mayor presencia en bares, restaurantes y casas, especialmente en los meses de calor y ya no solo asociado a las fiestas de fin de año.

Según cifras de Vinos de Chile de 2018, entre los años 2011 y 2017 el consumo total de espumante en el país aumentó un 110%. Varios factores ayudaron al aumento de este consumo en Chile. Una fue que dado su bajo contenido calórico (cosa que se comunicó muy bien), muchas mujeres, y algunos hombres, se pasaron a esta bebida. Sin embargo, otro importante empujón vino de la mano de la verdadera moda de cocteles como el spritz y otros que justamente contienen espumante y que -gracias a fuertes campañas de fidelización

por parte de las distribuidoras de bebidas alcohólicas- hoy se ven por todas partes.

Y hablando de campañas y marketing es imposible no hablar de la coctelería, un fenómeno que irrumpió en todo el mundo más o menos a partir del año 2000 y que posibilitó la vuelta de todo tipo de cocteles clásicos y nuevos, generando una alta demanda del ya mencionado espumante, amargos varios y sobre todo el gin, que hoy por hoy en Chile y el mundo se bebe como nunca antes. Tal ha sido la potencia del fenómeno del gin en nuestro país, que no solo lo estamos bebiendo, sino que también produciendo. Jamás en Chile habían existido tantas destilerías de gin.

“La coctelería está creciendo fuertemente en lo clásico y en lo nuevo, y una de las consecuencias de este crecimiento es la aparición de muchos productores de gin en el país”, explica Héctor Riquelme.

En otras palabras, el consumidor nacional -a diferencia con lo que pasaba en las décadas del 50, 60 o incluso 70- tiene muchísimas opciones a la hora de beber alcohol, más allá del vino. Por lo mismo, pensar que el consumo interno de vino pueda remontar es prácticamente una quimera. Pero ojo, que no todo son malas noticias.

“El vino nunca ha dejado de estar con nosotros, lo que pasa es que ahora tiene que compartir el trono junto a la cerveza y los destilados”, sostiene Patricio Tapia, desta-

cando que más allá de las cifras de consumo, “el actual es el mejor momento del vino chileno, porque tiene una diversidad que jamás había existido. Se descubren nuevas zonas de cultivo, se ensaya con nuevas variedades. Hay una diversidad mucho mayor que la que existía hace 30 años, cuando partí en esto, y eso le da una gran riqueza a la oferta de vinos”.

Para Tapia, que escribió su primera guía Descorchados en 1999 probando 400 etiquetas, y que para la edición de este año tuvo que parar al llegar a las dos mil, “para ser un escritor de vinos o un consumidor de vinos, vivir en Chile es una experiencia muy gratificante, porque nuestros vinos viven un momento espectacular en términos de variedad y carácter”.

Y es cierto, el panorama del vino nacional puede haber bajado en números, pero no en variedad y sofisticación. En poco más de dos décadas pasamos de hablar solo de vinos tintos o blancos a buscar nuestros vinos favoritos entre diversas cepas, como Pinot Noir, Cabernet Sauvignon, Garnacha, Monastrel, Syrah y varias más. También volvimos a beber mucho mejores vinos de la llamada cepa País, que estaba algo olvidada. Por otro lado, las fiestas de la vendimia y otros eventos relacionados con la producción de vino son grito y plata -y motor para el turismo- cada año, a partir del mes de marzo. Señal inequívoca del buen nivel de nuestros vinos es la existencia de bares de vinos en Santiago y restaurantes -en distintas ciudades del país- con cartas de vinos que hace 10 años ni las habríamos imaginado, incluyendo incluso algunas exclusivas etiquetas importadas.

Mención aparte merece la cepa Carménere, que acaba de cumplir 30 años tras su redescubrimiento en tierras chilenas y que se ha transformado en un verdadero símbolo del vino chileno en el mundo. En resumen, en la actualidad se toma menos vino que antes, pero de muchísima mejor calidad. Incluso más, el único segmento de vino que algo sube en sus ventas año a año es el de los vinos de más alto valor.

Hace poco más de 20 años el crítico de vinos inglés Tim Atkin se refirió a los vinos chilenos como un Vólvo. Es decir, “seguros pero aburridos”. La frase causó polémica en su momento, pero hasta el propio Atkin ha reconocido después que el panorama de los vinos nacionales ha cambiado. Otro crítico inglés, Peter Richards, me dijo hace algunos años que el vino chileno debía dar cuenta de la alocada geografía que tiene el país, que el carácter de nuestros vinos debía ser un espejo de la diversidad de climas y paisajes que Chile ofrece.

Todo indica que finalmente en eso estamos, aunque se beban muchos menos litros de vinos que antes y, de paso, se compita con una oferta prácticamente global de todo tipo de bebidas alcohólicas y precios bastante bajos en comparación a otros países. Al final, todo está en manos -o en la boca- del consumidor. ●