



Laura Catena: “Nadie duda de la permanencia del Malbec”

La directora de la Bodega Catena Zapata asegura que la cepa ya está instalada a nivel mundial y que existe la necesidad de profundizar la investigación. Una nota exclusiva de Vinos y Buen Vivir.

Por Federico Lancia - Gustavo Flores Bazán. Fotos: Gentileza



Laura Catena, una real embajadora del vino argentino.

Cuando pensamos en Catena Zapata, nos referimos a la bodega que abrió la puerta en el plano internacional para los vinos argentinos. En la actualidad, Laura Catena, médica recibida en la Universidad de Stanford y Bióloga de Harvard, es una de las principales embajadoras del vino argentino.

Ella se reparte durante el año entre Estados Unidos y la Argentina, pero conoce el desarrollo mundial del vino nacional como pocos, ya que comenzó a trabajar con su padre, Nicolás Catena, desde los años ochenta. Además, en el 2010 editó el libro "Vino Argentino, An Insider's Guide to the Wines and Wine Country of Argentina".

En esta nota con **Vinos y Buen Vivir**, habló del salto de prestigio que tiene que dar el vino argentino, el Malbec, la cultura y los consumidores.

-¿Cómo nace esta idea de estudiar el terruño argentino y posicionar el vino en los primeros lugares del mundo?

-La realidad es que hace casi 20 años, cuando volví de Estados Unidos a la Argentina, me dí cuenta que teníamos un lugar completamente diferente, un lugar de altura, con mucha más intensidad solar, con suelos muchos más pobres que el resto del mundo y que podíamos seguir contratando consultores extranjeros, pero que no nos iban a poder dar un consejo válido para nuestro lugar. Entonces teníamos que hacer nuestra propia investigación.

El segundo punto es que teníamos una variedad Malbec, de la cual nadie conocía nada, ni siquiera en la Argentina, aunque fuera nuestra cepa ícono y era algo que tampoco nos podían enseñar desde afuera.

Entonces, la premisa fue: si queremos hacer grandes vinos que compitan con los grandes referentes mundiales, que es la visión de mi padre, tendríamos que entender nuestro terruño de la forma en que otras grandes regiones como en Bordeaux o Borgoña (Francia), entienden sus terruños. Y hoy, el objetivo con el Catena Institute es que el viñedo Adrianna (Gualtallary) sea el más estudiado del mundo. Son de esos objetivos, en cierta manera inalcanzables, pero es lo que nos motiva.

-¿Cómo se logra el prestigio mundial a nivel enológico, como han hecho regiones como Bordeaux o Borgoña?

-Realmente estamos recién empezando. Para mí, que estuve en el comienzo, en los 80, y vi como la gente no tomaba vino argentino, no les interesaba ni pensaban que podíamos hacer grandes vinos, hoy se puede decir que hay muchos coleccionistas de vinos que creen en la Argentina y ven potencial de guarda y calidad.

El paso mayor de tener un vino al nivel de estos grandes del mundo, que tal vez hoy tenemos en calidad, es que nos crean. Igual tengo dudas sobre eso (risas). A veces, creo que lo tenemos y a veces no. Como la degustación, hay días que no te gustan ni tus vinos.

Pero, el camino creo que va por entender el lugar, la variedad y en esta industria no se puede hacer nada rápido. Se planta un viñedo y pasan 5 ó 6 años para saber si es más o menos bueno. Lleva 10 años más hacer un vino más o menos importante; 2 ó 3 años más en barricas y luego la cava. Y la realidad es que no tenemos una receta para armar un gran vino. Hay mucho estudio y tenemos que ser pacientes.



En el 2010, Laura editó el libro, "Vino Argentino, An Insider's Guide to the Wines and Wine Country of Argentina".

-Luego hay que comunicarlo...

-Después hay que contarle al mundo que estamos haciendo este trabajo, asegurarse que la gente pruebe nuestros vinos, y aquellos que han sido añejados. En los últimos cinco años, hemos hecho degustaciones para coleccionistas: vamos a Paris, Hong Kong, Nueva York, San Francisco e invitamos a muchas personas que coleccionan vinos franceses, californianos, italianos, algunos tienen vinos argentinos (se sorprenderían) y los invitamos a hacer degustaciones a ciegas entre esos vinos y los nuestros.

La realidad es que nos ha ido muy bien, pero haces 10 degustaciones de 10 personas y son 100, y te quedan miles. Entonces, es un trabajo que tenemos que hacer en Catena, pero que también tienen que hacer todos los argentinos. Y lo están haciendo. Hay que tener paciencia.

-Cuando viste una etiqueta que decía "Catena Zapata desde 1902", pensaste en 100 años más. ¿Cómo se logra esa motivación frente a tantas miradas cortoplazistas que están dando vuelta por ahí?

-Eso es lo que nos despierta en la mañana. Y la clave ahí es el negocio familiar, que funda la idea que lo que se construye no es solo para tu generación, sino para las próximas generaciones de nuestra familia. Pero también para las próximas generaciones de todas las personas que viven acá. Porque ésta es una bodega mendocina, no es solo de la familia Catena. Si las personas que trabajan con nosotros tienen esa visión a largo plazo, vamos a poder conseguirlo.

Escuchá lo que nos comentó en el ciclo Wine News, que se emite por Red 101.5

-Vivís parte de tus días en San Francisco, en Estados Unidos ¿Cuál es la visión real que tienen sobre nuestros vinos?

-Hoy está en auge, los consumidores creen que el vino argentino es bueno, están dispuestos a pagar por una botella y el Malbec está en todas las listas de restaurantes. Todavía no se entiende la diferencia entre un Malbec de Agrelo con otro de Gualtallary. Y tampoco se conoce mucho sobre la cultura del vino

argentino que para mí es muy importante. Porque nacemos con esa cultura. Y eso no pasa en otros países productores.

Me apasiona contar esta historia tan rica de tanto tiempo, de inmigrantes que llegaron a plantar vinos para beber todos los días. Por eso el vino italiano es famoso en el mundo, porque mientras se bebe la botella, uno se va de vacaciones por dos horas. El tango, la literatura, el arte, el asado, la música argentina todavía no lo conocen.

Hay que trabajar mucho también el tema seguridad. Tengo un temor de baja de turismo por este tema. Y eso es gravísimo. El turismo que aumentó tanto en estos años, ayuda mucho a que la persona quiera tomar nuestro vino porque han estado aquí. Me preocupa muchísimo.

-Poner apellido al Malbec, difundir otras variedades y seguir profundizando la cepa, son algunos interrogantes que se pregunta la industria día a día ¿Cuál crees que debería ser el camino en este sentido?

-Es una pregunta que debemos hacernos, y la preocupación siempre ronda alrededor de Australia y su Syrah, con su transformación en tipo commodity. No creo que pase eso con la Argentina, porque el Malbec es un vino grandioso, con intensidad aromática, longitud en el paladar, tiene ese dulzor de taninos. Es como si el mundo se preguntara si va a parar de comer chocolate amargo. No va a parar nunca. Porque es delicioso. Con el Malbec pasa lo mismo. Pensás que Château Lafite se pregunta: ¿va a pasar de moda el Bordeaux blend? No se lo preguntan. No dudan de su permanencia.

-¿Cuál es tu desafío como sucesora de tu padre, en Catena Zapata?

-El problema es que somos pocos, con un equipo espectacular, pero pocos porque el mundo es muy grande. Hoy no podés decir, sólo me voy a dedicar a Estados Unidos porque les encanta el vino argentino y me va muy bien ahí. No lo puedes hacer, porque los que viven ahí están viajando al Caribe, los que antes vivían en Europa se mudaron a Hong Kong o Singapur. Entonces el mundo es grande y hay que ir a visitarlo.

Cuando presentas algo como el vino, que es tan de familia, quieren ver a un familiar, a un enólogo. La dificultad es cómo contar mi mensaje a todas las personas que querría. Y además tengo tres hijos, un marido y soy médica. (risas).